

## DAFTAR ISI

HALAMAN SAMBUTAN .....	i
HALAMAN JUDUL .....	ii
HALAMAN PENGESAHAN .....	iii
HALAMAN PERNYATAAN PERSETUJUAN AKADEMIS .....	iv
HALAMAN PERNYATAAN .....	v
KATA PENGANTAR .....	vi
ABSTRAK .....	vii
DAFTAR ISI .....	x
DAFTAR TABEL .....	xii
DAFTAR GAMBAR .....	xiii
BAB I PENDAHULUAN .....	1
1.1 Gambaran umum objek penelitian .....	1
1.1.1 Profil Perusahaan .....	1
1.1.2 Visi dan Misi .....	2
1.1.3 Produk dan Layanan PT. Telkom .....	3
1.1.4 IndiHome .....	4
1.2 Latar belakang penelitian .....	4
1.3 Rumusan Masalah .....	14
1.4 Pertanyaan Penelitian .....	15
1.5 Tujuan Penelitian .....	15
1.6 Manfaat Penelitian .....	15
1.7 Ruang Lingkup Penelitian .....	16
1.8 Sistematika penulisan tugas akhir .....	16
BAB II TINJAUAN PUSTKA .....	18
2.1 Teori-Teori Terkait Penelitian dan Penelitian Terdahulu .....	18
2.1.1 Pemasaran .....	18
2.1.2 Bauran Pemasaran .....	18
2.1.3 Promosi .....	19
2.1.4 Pemasaran Langsung (Direct Marketing) .....	20

2.1.5 Telemarketing .....	20
2.1.6 Channel Attributes .....	20
2.1.7 Information Importance .....	22
2.1.8 Perceived effectiveness .....	22
2.1.9 Penelitian Terdahulu .....	23
2.2 Kerangka Pemikiran .....	27
2.3 Hipotesis penelitian .....	27
<b>BAB III METODE PENELITIAN .....</b>	<b>30</b>
3.1 Karakteristik Penelitian .....	30
3.1.1 Berdasarkan metode .....	30
3.1.2 Berdasarkan tujuan .....	30
3.1.3 Berdasarkan tipe penyelidikan .....	31
3.1.4 Tingkat Keterlibatan Peneliti .....	31
3.1.5 Berdasarkan unit analisis .....	31
3.1.6 Setting Penelitian .....	31
3.1.7 Waktu Pelaksanaan .....	31
3.2 Alat Pengumpulan Data .....	31
3.3 Tahapan Penelitian .....	37
3.4 Populasi dan Sampel .....	38
3.5 Pengumpulan Data dan Sumber Data .....	40
3.6 Uji Validitas dan Reliabilitas .....	41
3.6.1 Uji Validitas .....	41
3.6.2 Uji Reliabilitas .....	43
3.7 Teknik Analisis Data dan Pengujian Hipotesis .....	45
3.7.1 Teknik Analisis Data .....	45
3.7.1.1 Analisis Deskriptif .....	45
3.7.1.2 Uji Asumsi Klasik .....	48
3.7.2 Teknik Pengujian Hipotesis .....	49
<b>BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN .....</b>	<b>52</b>
4.1 Karakteristik Responden (Sampel) .....	52
4.1.1 Responden Berdasarkan Jenis Kelamin .....	52

4.1.2 Responden Berdasarkan Usia .....	53
4.1.3 Responden Berdasarkan Pendidikan .....	54
4.1.4 Responden Berdasarkan Pekerjaan .....	54
4.1.5 Responden Berdasarkan Pendapatan .....	55
4.1.6 Responden Berdasarkan Biaya Internet .....	56
4.2 Hasil Penelitian .....	57
4.2.1 Analisis Deskriptif .....	58
4.2.2 Tanggapan Responden Mengenai Channel Attributes ( $X_1$ ) .....	58
4.2.3 Tanggapan Responden Mengenai Information Importance ( $X_2$ ) .....	61
4.2.4 Tanggapan Responden Mengenai Efektifitas program Telemarketing ( $Y$ ) .....	63
4.2.5 Pengaruh Channel Attributes dan Information Importance terhadap Efektifitas (perceived effectiveness) Program Telemarketing .....	65
4.2.6 Method of Successive Interval (MSI) .....	66
4.2.7 Uji Asumsi Klasik .....	66
4.2.8 Analisis Regresi Linier Berganda .....	71
4.2.9 Uji Hipotesis .....	72
4.2.9.1 Uji F (Uji Simultan) .....	72
4.2.9.2 Uji T (Uji Parsial) .....	74
4.2.10 Koefisien Determinasi ( $R^2$ ) .....	77
4.3 Pembahasan Hasil Penelitian .....	78
4.3.1 Pembahasan Hasil Analisis Deskriptif .....	78
4.3.2 Pembahasan Hasil Uji F (Uji Simultan) .....	80
4.3.3 Pembahasan Hasil Uji T (Uji Parsial) .....	81
<b>BAB V KESIMPULAN DAN SARAN .....</b>	<b>83</b>
5.1 Kesimpulan .....	83
5.2 Saran .....	84
5.2.1 Saran untuk Perusahaan .....	84
<b>DAFTAR PUSTAKA .....</b>	<b>87</b>
<b>LAMPIRAN .....</b>	<b>91</b>