

DAFTAR ISI

	Halaman
LEMBAR PERSETUJUAN	i
HALAMAN PERNYATAAN	ii
ABSTRAK	iii
ABSTRACT	iv
KATA PENGANTAR	v
DAFTAR ISI	vii
DAFTAR GAMBAR	ix
DAFTAR TABEL	x
BAB I PENDAHULUAN	1
1.1 Gambaran Objek Penelitian	1
1.1.1 Sejarah PT. Telekomunikasi Indonesia	1
1.1.2 Visi dan Misi PT. Telkom WITEL (Persero) Bandung	2
1.1.3 Jenis Produk PT Telekomunikasi Indonesia, Tbk	2
1.1.4 Struktur Organisasi PT. TELKOM INDONESIA, Tbk	3
1.1.5 Struktur Organisasi PT. Telkom WITEL Bandung	4
1.1.6 Logo PT. Telekomunikasi Indonesia, Tbk	5
1.2 Latar Belakang Masalah.....	6
1.3 Perumusan Masalah	9
1.4 Tujuan Penelitian	9
1.5 Kegunaan Penelitian	9
1.6 Sistematika Penulisan	10
BAB II TINJAUAN PUSTAKA	12
2.1 Tinjauan Teori	12
2.1.1 Manajemen Pemasaran	12
2.1.2 Strategi Pemasaran	12
2.1.3 Bauran Pemasaran	14
2.1.4 Promosi	15
2.1.4.1 Strategi Bauran Promosi	16
2.1.4.2 Bauran Promosi	16
2.2 Penelitian Terdahulu.....	24
2.3 Ruang Lingkup Penelitian	28

BAB III METODE PENELITIAN	29
3.1 Jenis Penelitian	29
3.1.1 Tujuan Peneliatian	29
3.2 Sumber Data	29
3.3 Teknik Pengumpulan Data	30
BAB IV HASIL DAN PEMBAHASAN	32
4.1 Total <i>List</i> Pelanggan <i>IndiHome</i> Pada Periode 2015-2016	32
4.2 Pembahasan	34
BAB V KESIMPULAN DAN SARAN	50
5.1 Kesimpulan	50
5.2 Saran	50
5.2.1 Bagi Perusahaan	50
5.2.2 Bagi Institusi	51
DAFTAR PUSTAKA	
LAMPIRAN	