

DAFTAR ISI

HALAMAN JUDUL

HALAMAN PERSETUJUAN.....	i
HALAMAN PERNYATAAN	ii
ABSTRAK	iii
KATA PENGANTAR	v
DAFTAR ISI.....	vii
DAFTAR GAMBAR	x
DAFTAR TABEL	xi
DAFTAR LAMPIRAN.....	xii

BAB I PENDAHULUAN

1.1 Gambaran Umum Penelitian	1
1.1.1 Profil Telkomsel	1
1.1.2 Visi dan Misi	2
1.1.3 Budaya Perusahaan.....	2
1.1.4 Struktur Perusahaan	6
1.2 Latar Belakang	6
1.3 Rumusan Masalah	14
1.4 Tujuan Penelitian	14
1.5 Kegunaan Penelitian.....	14
1.5.1 Kegunaan Teoritis	14
1.5.2 Kegunaan Praktis	15
1.6 Sistematika Penulisan	15

BAB II TINJAUAN PUSTAKA

2.1 Tinjauan Pustaka	17
2.1.1 Pengertian Pemasara	17
2.1.2 Bauran Pemasaran.....	17
2.1.3 Bauran Promosi.....	18
2.2 Kerangka Pemikiran	27

2.3 Penelitian Terdahulu	27
--------------------------------	----

BAB III METODE PENELITIAN

3.1 Jenis Penelitian.....	30
3.2 Operasional Variabel	30
3.2.1 Skala Pengukuran	33
3.3 Tahapan Penelitian	34
3.4 Populasi Dan Sampel	36
3.4.1 Populasi.....	36
3.4.2 Sampel	36
3.5 Metode Pengumpulan Data	37
3.5.1 Jenis Data.....	37
3.5.2 Teknik Pengumpulan Data	38
3.6 Uji Data	39
3.6.1 Uji Validitas.....	40
3.6.2 Uji Reliabilitas	42
3.7 Teknik Analisis Data.....	42
3.7.1 Statistik Deskriptif	42

BAB VI PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

4.1 Profil Responden.....	45
4.1.1 Berdasar Jenis Kelamin	45
4.1.2 Berdasar Usia.....	45
4.1.3 Berdasar Pekerjaan	46
4.1.4 Berdasar Penghasilan Perbulan.....	47
4.1.5 Berdasar Pengisian Saldo T-cash	48
4.2 Pembahasan Validitas dan Reliabilitas	49
4.2.1 Pembahasan Validitas.....	49
4.2.2 Pembahasan Reliabilitas	50
4.3 Analisis Deskriptif Bauran Promosi	51
4.3.1 Tanggapan Responden Advertising.....	51
4.3.2 Tanggapan Responden Sales Promotion	53

4.3.3 Tanggapan Responden Public Relations	56
4.3.4 Tanggapan Responden Personal Selling.....	58
4.3.5 Hasil Dan Pembahasan Total Bauran Promosi.....	59

BAB V KESIMPULAN DAN SARAN

5.1 Kesimpulan	61
5.2 Saran.....	61
5.2.1 Saran Bagi Perusahaan	61
5.2.2 Saran Bagi Penelitian Selanjutnya.....	62

DAFTAR PUSTAKA	xiii
----------------------	------

LAMPIRAN