

**IDENTIFIKASI PASAR PRODUK LAYANAN INFOLIMA PADA PELANGGAN
BISNIS SEBAGAI MASUKAN KEPADA PIHAK MANAJEMEN DIVISI RISTI
DALAM MENGUKUR KELAYAKAN BISNIS**

Ivan Kurniawan¹, Fadli Badrun², Dodie Tricahyono³

¹Manajemen (Manajemen Bisnis Telekomunikasi & Informatika), Fakultas Ekonomi Bisnis, Universitas
Telkom

