

DAFTAR ISI

HALAMAN PERSETUJUAN	i
HALAMAN PERNYATAAN	ii
ABSTRAK	iii
ABSTRACT	iv
KATA PENGANTAR	v
DAFTAR ISI	vii
DAFTAR GAMBAR	x
DAFTAR TABEL	xi
DAFTAR LAMPIRAN	xii
BAB I	1
PENDAHULUAN	1
1.1 Gambaran Umum Objek Penelitian	1
1.1.1 Sejarah Perusahaan.....	1
1.1.2 Profil Perusahaan PT. Telekomunikasi Indonesia	2
1.1.3 Logo dan Makna Logo Perusahaan	3
1.1.4 Informasi Perusahaan	4
1.1.5 Visi dan Misi Perusahaan	4
1.1.6 Struktur Organisasi Perusahaan.....	5
1.1.7 Jenis Produk Perusahaan	5
1.2 Latar Belakang	7
1.3 Rumusan Masalah	9
1.4 Tujuan Penelitian.....	10
1.5 Kegunaan Penelitian.....	10
1.6 Batasan Masalah.....	11
1.7 Sistematika Penulisan.....	11
BAB II	13
TINJAUAN PUSTAKA	13
2.1. Rangkuman Materi.....	13
2.1.1. Pemasaran	13
2.1.2. Manajemen Pemasaran	13
2.1.3. Bauran Komunikasi Pemasaran	14
2.1.4. Direct Marketing.....	15
2.1.5. Telemarketing	17

2.2.	Penelitian Terdahulu	20
2.3.	Kerangka Pemikiran	21
BAB III	23
METODE PENELITIAN	23
3.1	Jenis Penelitian	23
3.2	Variabel Operasional	24
3.3	Tahapan Penelitian	27
3.4	Populasi dan Sampel	28
3.4.1	Populasi	28
3.4.2	Sampel	29
3.5	Pengumpulan Data	30
3.5.1	Sumber Data	30
3.5.2	Metode Pengumpulan Data	30
3.5.3	Skala Pengukuran	32
3.6	Uji Keabsahan Data	33
3.6.1	Uji Validitas	33
3.6.2	Uji Reliabilitas	34
3.7	Teknik Analisis Data	34
BAB IV	37
HASIL DAN PEMBAHASAN	37
4.1	Hasil Penelitian	37
4.2	Karakteristik Responden	37
4.3	Hasil Penelitian	40
4.3.1.	Uji Validitas	40
4.3.2.	Uji Reliabilitas	41
4.3.3.	Analisis Deskriptif	41
4.4	Hasil Wawancara	49
4.4.1.	Informan/Narasumber	49
4.4.2.	Hasil Wawancara Penerapan Telemarketing	49
4.5	Analisis Pembahasan	53
BAB V	56
KESIMPULAN DAN SARAN	56
5.1	Kesimpulan	56
5.2	Saran	57

5.2.1	Bagi Perusahaan.....	57
5.2.2	Peneliti Selanjutnya	57
DAFTAR PUSTAKA.....		59
LAMPIRAN.....		61