

DAFTAR ISI

HALAMAN JUDUL	i
HALAMAN PENGESAHAN.....	ii
HALAMAN PERNYATAAN	iii
KATA PENGANTAR.....	iv
ABSTRAK	v
ABSTRACT	vi
DAFTAR ISI.....	vii
DAFTAR TABEL	x
DAFTAR GAMBAR.....	xi
BAB I PENDAHULUAN.....	1
1.1 Gambaran Umum Objek Penelitian	1
1.2 Latar Belakang Penelitian	4
1.3 Perumusan Masalah.....	8
1.4 Pertanyaan Penelitian	10
1.5 Tujuan Penelitian.....	10
1.6 Manfaat Penelitian.....	10
1.7 Ruang Lingkup Penelitian.....	11
1.8 Sistematika Penulisan.....	11
BAB II TINJAUAN PUSTAKA DAN LINGKUP PENELITIAN	13
2.1. Teori dan Penelitian Terdahulu	13
2.1.1. Pemasaran.....	13
2.1.2. <i>Digital Marketing</i>	14
2.1.3. <i>Personalized Marketing</i>	17
2.1.4. <i>Segmentation, Targeting, dan Positioning</i>	18
2.1.5. <i>High Value Customer</i>	21
2.1.6. <i>Pelanggan Pra Bayar</i>	22
2.1.7 Penelitian Terdahulu	24

2.2. Kerangka Pemikiran.....	39
BAB III METODE PENELITIAN.....	41
3.1. Jenis Penelitian.....	41
3.2. Operasionalisasi Variabel.....	42
3.3 Tahapan Penelitian.....	44
3.3.1 <i>Business Understanding</i>	45
3.3.2 <i>Data Understanding</i>	45
3.3.3 <i>Data Preparation</i>	45
3.3.4 <i>Modeling</i>	45
3.3.5 <i>Evaluation</i>	46
3.3.6 <i>Deployment</i>	46
3.4. Populasi dan Sampel / Situasi Sosial.....	46
3.5. Pengumpulan <i>Data</i> dan Sumber <i>Data</i>	46
3.6. Teknik Analisis <i>Data</i>	47
3.6.1 <i>Data mining</i>	47
3.6.2 <i>Clustering</i>	50
BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN	55
4.1 Presensi <i>Data</i>	55
4.1.1 Wilayah <i>Region</i>	55
4.1.2 Wilayah <i>Branch</i>	55
4.1.3 <i>Data Capable</i>	56
4.1.4 Device Type.....	56
4.1.5 <i>Network Priority</i>	57
4.1.6 Operating System Priority	58
4.1.7 USIM	58
4.2 Hasil Penelitian	59
4.2.1 <i>Data Preparation</i>	59
4.2.2 Pembentukan dan Evaluasi Model.....	60
4.2.3 Pemanfaatan Model	64
4.3 Pembahasan Hasil Penelitian	68
BAB V KESIMPULAN DAN SARAN.....	73
5.1 Kesimpulan.....	73
5.2 Saran.....	74

5.2.1 Saran Bagi Telkomsel.....	74
5.2.2 Saran Bagi Peneliti.....	75
DAFTAR PUSTAKA.....	76