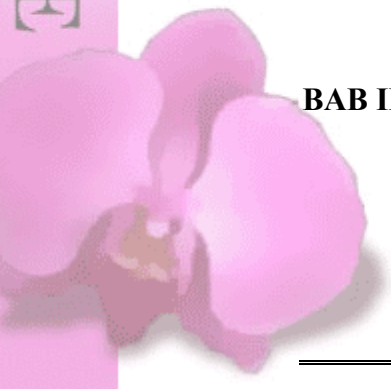


DAFTAR ISI

Halaman	
KATA PENGANTAR	i
ABSTRAKSI	iii
DAFTAR ISI	iv
DAFTAR TABEL	vi
DAFTAR GAMBAR	vii
BAB I : PENDAHULUAN	
1. Latar Belakang Permasalahan.....	1
2. Rumusan Masalah.....	5
3. Tujuan Penelitian	6
4. Manfaat Penelitian.....	6
BAB II : TINJAUAN PUSTAKA	
1. Penelitian Terdahulu	8
2. Landasan Teori	10
a. Pengertian Analisa Pemasaran	10
b. Tujuan Dan Manfaat Analisa Pemasaran	11
c. Ruang Lingkup Analisa Pemasaran	12
d. Tahapan Analisa Pemasaran	13
e. Efektifitas dan Efisiensi.....	14
f. Alternatif Strategi	16
3. Konsep Teori.....	20
BAB III : METODE PENELITIAN	
1. Jenis Peneliti.....	23
2. Variabel dan Pengukuran	23
3. Sumber Dan Jenis Data.....	28



4. Metode Pengumpulan Data.....	29
5. Metode Analisa Data.....	31

BAB IV : HASIL PENELITIAN

1. Gambaran Umum Perusahaan.....	33
a. Produk-produk dari PT. Telkomsel.....	36
b. Struktur Organisasi	38
c. Personalia.....	41
d. Sumber Dan Penggunaan Dana.....	43
2. Area Analisa Pemasaran	
a. Lingkungan Pemasaran.....	44
b. Strategi Pemasaran.....	47
c. Organisasi Pemasaran.....	48
d. Sistem Pemasaran.....	50
e. Produktivitas Pemasaran.....	51
f. Fungsi Pemasaran.....	52
3. Analisa Data Dan Interpretasi.....	53
a. Analisa Data.....	53
Intrepretasi Data.....	76

BAB V : PENUTUP

1. Simpulan	78
2. Saran.....	79

DAFTAR PUSTAKA

LAMPIRAN-LAMPIRAN

