

DAFTAR ISI

HALAMAN PERNYATAAN	iii
ABSTRAK.....	iv
ABSTRACT	vi
KATA PENGANTAR	vii
DAFTAR ISI	viii
DAFTAR GAMBAR	x
DAFTAR TABEL	xi
BAB I PENDAHULUAN	1
1.1 Gambaran Umum Objek Penelitian.....	1
1.1.1 Profil Perusahaan.....	1
1.1.2 Visi dan Misi Perusahaan.....	3
1.1.3 Logo dan Makna Logo.....	3
1.1.4 Informasi Perusahaan.....	5
1.2 LATAR BELAKANG	8
1.3 RUMUSAN MASALAH.....	13
1.4 TUJUAN PENELITIAN	14
1.5 KEGUNAAN PENELITIAN	14
1.5.1 keuntungan praktis	14
1.5.2 Keuntungan Teoritis.....	15
1.6 BATASAN MASALAH.....	15
1.7 SISTEMATIKA PENULISAN LAPORAN AKHI.....	15
BAB II TINJAUAN PUSTAKA	17
2.1 Landasan Teoritis.....	17
2.1.1 Pemasaran.....	17
2.1.2 Manajemen Pemasaran.....	17
2.1.3 Bauran Komunikasi Pemasaran.....	18
2.1.4 Direct Marketing	19
2.1.5 Telemarketing	19
2.2 Penelitian Tedahulu	20
2.3 Kerangka Pemikiran	22
BAB III METODE PENELITIAN.....	23
3.1 Jenis Penelitian	23
3.2 Variabel Operasional	24

3.3	Tahapan Penelitian.....	27
3.4	Populasi dan Sampel.....	30
3.4.1	Populasi Penelitian.....	30
3.4.2	Sampel Penelitian.....	31
3.5	Pengumpulan Data.....	31
3.5.1	Sumber Data.....	31
3.5.2	Pengumpulan Data dengan Wawancara.....	32
3.6	Uji Keabsahan Data	33
3.7	Teknis Analisis Data.....	34
BAB IV HASIL DAN PEMBAHASAN PENELITIAN		36
4.1	Hasil Penelitian	36
4.1.1	Informan / Narasumber	36
BAB V KESIMPULAN DAN SARAN		44
5.1	Kesimpulan	44
5.1.1	Analisis Penerapan Telemarketing.....	44
5.2	Saran	45
5.2.1	Bagi PT. Telkom Witel Bandung.....	45
5.2.2	Bagi Penelitian Selanjut nya	46
DAFTAR PUSTAKA		47
LAMPIRAN – LAMPIRAN		48