

DAFTAR ISI

LEMBAR PENGESAHAN	
LEMBAR PERSEMBAHAN	
ABSTRACT	i
ABSTRAKSI	ii
KATA PENGANTAR	iii
DAFTAR ISI	iv
DAFTAR TABEL	vi
DAFTAR GAMBAR	vii
BAB I PENDAHULUAN	
1.1. Latar Belakang.....	I - 1
1.2. Perumusan Masalah	I - 2
1.3. Tujuan Penelitian	I - 2
1.4. Manfaat Penelitian	I - 2
1.5. Pembatasan Masalah.....	I - 3
BAB II LANDASAN TEORI	
2.1. Ruang Lingkup ESIA	II - 1
2.1.1. Definisi ESIA	II - 1
2.1.2. Kelebihan ESIA	II - 1
2.2. Riset Pemasaran	II - 1
2.3. Strategi Pemasaran	II - 2
2.4. Segmentasi Pasar	II - 2
2.5. Penetapan Pasar sasaran (<i>Targeting</i>)	II - 3
2.6. Penentuan Posisi (<i>Positioning</i>)	II - 4
2.7. Strategi Promosi	II - 4
2.8. Teknik Pengolahan Data.....	II - 6
2.8.1. Validitas Kolerasi Product Moment	II - 6
2.8.2. Metode Tabulasi Silang	II - 7
2.8.3. Jumlah Sampel.....	II - 7
BAB III METODOLOGI PENELITIAN	
3.1. Model Konseptual.....	III - 1
3.2. Kerangka Pemecahan Masalah	III - 2
3.3. Penjelasan Langkah-langkah Penelitian	III - 3
3.3.1. Perumusan Masalah dan Penentuan Tujuan Penelitian	III - 3
3.3.2. Studi Pustaka	III - 3
3.3.3. Studi Pendahuluan Objek Penelitian	III - 3
3.3.4. Identifikasi Basis Segmentasi	III - 3
3.3.5. Identifikasi Sampel Penelitian	III - 4
3.3.6. Identifikasi Variabel Penelitian	III - 4
3.3.7. Metode Pengumpulan Data.....	III - 5
3.3.8. Desain Kuesioner.....	III - 6
3.3.9. Pengumpulan dan Pengolahan Data	III - 6
3.3.10. Tahap Analisa	III - 6
3.3.11. Kesimpulan dan Saran	III - 7

BAB IV PENGUMPULAN DAN PENGOLAHAN DATA

4.1. Pengumpulan Data.....	IV - 1
4.2. Pengolahan Data	IV - 1
4.2.1. Pengkodean Kuesioner	IV - 1
4.2.2. Uji Validitas.....	IV - 1
4.2.3. Penentuan Segmen Pasar ESIA	IV - 2
4.2.4. Identifikasi Karakteristik Segmen Pasar ESIA.....	IV - 3
4.2.5. Penentuan Target Pasar.....	IV - 4
4.2.6. Penentuan Preferensi Pasar untuk Menentukan Posisi ESIA	IV - 5
4.2.7. Penentuan Strategi Promosi	IV - 6

BAB V ANALISA DAN PEMBAHASAN

5.1. Segmentasi Pasar ESIA	V - 1
5.1.1. Segmen 1 (Minat dan Bersedia)	V - 2
5.1.2. Segmen 2 (Tidak Minat dan Bersedia)	V - 2
5.1.3. Segmen 3 (Minat dan Tidak Bersedia)	V - 3
5.1.4. Segmen 4 (Tidak Minat dan Tidak Bersedia).....	V - 3
5.2. Profil Segmen Pasar ESIA.....	V - 4
5.3. Pasar Sasaran ESIA (<i>Targeting</i>).....	V - 5
5.4. Posisi Pasar ESIA	V - 5
5.5. Rancangan Strategi Promosi ESIA	V - 6
5.5.1. Identifikasi Audiens Sasaran	V - 6
5.5.2. Penentuan Tujuan Promosi	V - 7
5.5.3. Perancangan Pesan.....	V - 7
5.5.3.1. Isi Pesan	V - 8
5.5.3.2. Sumber Pesan.....	V - 8
5.5.4. Pemilihan Media Pesan.....	V - 8
5.5.4.1. Televisi	V - 9
5.5.4.2. Radio.....	V - 9
5.5.4.3. Surat Kabar	V - 9
5.5.4.4. Majalah/Tabloid.....	V-10

BAB VI KESIMPULAN DAN SARAN

6.1. Kesimpulan	VI - 1
6.2. Saran	VI - 4
6.2.1. Bagi PT. Bakrie Telecom.....	VI - 4
6.2.2. Bagi Penelitian Selanjutnya	VI - 4

DAFTAR PUSTAKA

LAMPIRAN