

DAFTAR ISI

HALAMAN SAMPUL.....	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
1.1.1 Sejarah Singkat Telkomsel	1
1.1.2 Visi dan Misi Perusahaan	2
1.1.2.1 Visi Perusahaan.....	2
1.1.2.2 Misi Perusahaan	2
1.2 Latar Belakang Penelitian.....	2
1.3 Perumusan Masalah	8
1.4 Tujuan Penelitian	8
1.5 Manfaat Penelitian	9
1.5.1 Aspek Teoritis.....	9
1.5.2 Aspek Praktis	9
1.6 Ruang Lingkup Penelitian	9
1.7 Sistematika Penulisan.....	10
BAB II TINJAUAN PUSTAKA	11
2.1 Teori-Teori Terkait Penelitian dan Penelitian Terdahulu.....	11
2.1.1 Pemasaran.....	11
2.1.2 Strategi Pemasaran	12
2.1.3 Segmentasi Pasar.....	13

2.1.4	Targeting Pasar	14
2.1.5	RFM Method.....	15
2.1.6	Penelitian Terdahulu	16
2.2	Kerangka Pemikiran.....	25
BAB III METODE PENELITIAN		27
3.1	Jenis Penelitian.....	27
3.2	Operasionalisasi Variabel	27
3.3	Skala Penelitian.....	28
3.3.1	Populasi dan Sampel	28
3.3.1.1	Populasi	28
3.3.1.2	Sampel	28
3.4	Pengumpulan Data	29
3.4.1	Teknik Pengumpulan Data	29
3.4.2	Sumber Data	29
3.5	Teknik Analisis Data.....	29
3.5.1	Segmentasi Pasar.....	29
3.5.2	Targeting Pasar	35
BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN.....		37
4.1	Karakteristik Data	37
4.2	Hasil Penelitian	38
4.2.1	Persiapan Data	38
4.2.1.1	Data Cleaning dan Agregasi	38
4.2.1.2	Data Turunan (Derived Data)	39
4.2.1.3	Data Filtering	40
4.2.2	Penerapan Pemodelan Clustering.....	41
4.2.2.1	Pembentukan Model.....	42
4.2.2.2	Hasil Pemodelan	44
4.2.2.3	Evaluasi Model	45
4.3	Pembahasan Hasil Pemodelan	46
4.3.1	Segmentasi dari Pelanggan GamesMAX	46

4.3.2	Target Segmen Pelanggan GamesMAX.....	51
BAB V KESIMPULAN DAN SARAN		53
5.1	Kesimpulan.....	53
5.1.1	Segmentasi dari Pelanggan GamesMAX	53
5.1.2	Target Segmen dari Pelanggan GamesMAX.....	54
5.2	Saran.....	54
5.2.1	Saran Praktis	54
5.2.2	Saran bagi Penelitian Selanjutnya.....	54
DAFTAR PUSTAKA		55