

DAFTAR ISI

HALAMAN SAMPUL.....	i
HALAMAN JUDUL.....	ii
HALAMAN PENGESAHAM.....	iii
HALAMAN PERNYATAAN.....	iv
KATA PENGANTAR.....	v
UCAPAN PERSEMBAHAN	vi
ABSTRAK.....	vii
ABSTRACT.....	viii
DAFTAR ISI.....	ix
DAFTAR GAMBAR.....	xii
DAFTAR TABEL.....	xiii
BAB I PENDAHULUAN.....	1
1.1 Gambaran Umum Objek Penelitian.....	1
1.2 Latar Belakang Penelitian	2
1.3 Perumusan Masalah.....	6
1.4 Pertanyaan Penelitian.....	6
1.5 Tujuan Penelitian.....	6
1.6 Manfaat Penelitian.....	7
1.7 Ruang Lingkup Penelitian.....	7
1.8 Sistematika Penulisan.....	7
BAB II TINJAUAN PUSTAKA DAN LINGKUP PENELITIAN.....	9
2.1 Teori-Teori Terkait Penelitian.....	9

2.1.1 Core Marketing Concept.....	9
2.1.2 Marketing Mix.....	12
2.1.3 Personalized Marketing Process.....	13
2.1.4 Market Segmentation.....	15
2.1.5 Customer Loyalty.....	17
2.1.6 Customer Retention.....	19
2.1.7 Data Mining.....	20
2.1.8 Analisis Prediktif.....	22
2.2 Penelitian terdahulu.....	23
2.3 Kerangka Pemikiran.....	29
BAB III METODE PENELITIAN.....	31
3.1 Karakteristik Penelitian.....	31
3.2 Alat Pengumpulan Data.....	31
3.3 Tahapan Penelitian.....	34
3.3.1 Business Understanding.....	35
3.3.2 Data Understanding.....	35
3.3.3 Data Preparation.....	35
3.3.4 Modelling.....	35
3.3.5 Evaluation.....	36
3.3.6 Deployment.....	36
3.4 Populasi dan Sample.....	36
3.5 Pengumpulan Data dan sumber data.....	37
3.6 Validitas Model.....	37
3.7 Teknik Analisis Data.....	38
BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN.....	41

4.1 Presensi Data.....	41
4.2 Hasil Penelitian.....	42
4.2.1 Data Preparation.....	42
4.2.2 Pembentukan Dan Evaluasi Model.....	47
4.2.5 Pemanfaatan Model.....	58
4.3 Pembahasan Hasil Penelitian.....	59
BAB V KESIMPULAN DAN SARAN.....	61
5.1 Kesimpulan.....	61
5.2 Saran.....	61
5.2.1 Saran Bagi Telkomsel.....	61
5.2.2 Saran Untuk Penelitian Selanjutnya.....	62
DAFTAR PUSTAKA.....	ix
LAMPIRAN.....	xii