

DAFTAR ISI

HALAMAN PENGESAHAN	ii
HALAMAN PERNYATAAN	iii
ABSTRAK	iv
ABSTRACT	v
KATA PENGANTAR	vi
DAFTAR ISI	viii
DAFTAR GAMBAR	ix
DAFTAR TABEL	x
DAFTAR LAMPIRAN	xi
BAB I PENDAHULUAN	1
1.1 Gambaran Umum Objek Penelitian	1
1.1.1 Sejarah PT Telkom Indonesia	1
1.1.2 Logo Perusahaan	3
1.1.3 Visi, Misi, dan Nilai Utama PT Telkom Indonesia	4
1.1.4 Produk dan Layanan.....	5
1.2 Latar Belakang.....	7
1.3 Rumusan Masalah.....	12
1.4 Tujuan Penelitian	12
1.5 Kegunaan Penelitian	12
1.6 Batasan Masalah	13
1.7 Sistematika Penulisan Laporan Proyek Akhir.....	13
BAB II TINJAUAN PUSTAKA	15
2.1 Landasan Teori	15
2.1.1 Pemasaran.....	15
2.1.2 Bauran Pemasaran	15
2.1.3 Promosi	18
2.1.4 Bauran Promosi.....	18
2.1.5 <i>Sales Promotion</i> (Promosi Penjualan)	19

2.1.6 Efektivitas <i>Sales Promotion</i>	20
2.1.7 Peningkatan Penjualan.....	21
2.2 Penelitian Terdahulu	21
2.3 Kerangka Pikiran.....	24
BAB III METODOLOGI PENELITIAN	26
3.1 Pendekatan Penelitian	26
3.2 Jenis Penelitian.....	27
3.3 Operasional Variabel.....	27
3.4 Tahapan Penelitian.....	32
3.5 Pengumpulan Data.....	33
3.5.1 Sumber Data Penelitian	34
3.5.2 Instrumen Penelitian.....	35
3.5.3 Teknik Pengumpulan Data	35
3.6 Uji Keabsahan Data	38
3.7 Teknik Analisa Data	39
BAB IV HASIL DAN PEMBAHASAN.....	42
4.1 Hasil Penelitian.....	42
4.1.1 Deskripsi Informan	42
4.1.2 Hasil Observasi	43
4.2 Pembahasan.....	44
4.2.1 Wawancara Informan	44
4.3 Hasil Pembahasan	54
BAB V KESIMPULAN DAN SARAN.....	59
5.1 Kesimpulan.....	59
5.2 Saran	60
DAFTAR PUSTAKA.....	xiv
LAMPIRAN.....	xv