

DAFTAR ISI

HALAMAN PENGESAHAN.....	ii
HALAMAN PERNYATAAN.....	iii
FORM DEKLARASI TERKAIT PLAGIARISME	iv
KATA PENGANTAR.....	v
ABSTRAK	vi
ABSTRACT	vii
DAFTAR ISI.....	viii
DAFTAR TABEL	x
DAFTAR GAMBAR.....	xi
BAB I.....	1
1.1. Gambaran Umum Objek Penelitian.....	1
1.2. Latar Belakang	3
1.3. Perumusan Masalah.....	9
1.4. Pertanyaan Penelitian	11
1.5. Tujuan Penelitian	11
1.6. Manfaat Penelitian	12
1.6.1. Aspek Teoritis.....	12
1.6.2. Aspek Praktis	12
1.7. Sitematikan Penulisan Tugas Akhir	12
BAB II	14
2.1. Teori dan Penelitian Terdahulu.....	14
2.1.1. <i>Core Marketing Concept</i>	14
2.1.2. <i>Segmentation, Targeting, Positioning</i>	18
2.1.3. <i>Marketing Mix</i>	22
2.1.4. <i>Personalized Marketing</i>	23
2.2. Penelitian Terdahulu.....	26
2.3. Kerangka Pemikiran.....	41
BAB III.....	46
3.1. Jenis Penelitian	46
3.2. Operasional Variabel	47

3.3. Tahapan Penelitian	53
3.3.1. <i>Business Understanding</i>	54
3.3.2. <i>Data Understanding</i>	54
3.3.3. <i>Data Preparation</i>	55
3.3.4. <i>Modelling</i>	55
3.4. Populasi dan Sampel	59
3.5. Pengumpulan Data dan Sumber Data	60
3.6. Uji Validitas	60
3.7. Teknik Analisis Data	61
BAB IV	63
4.1. Data Deskriptif	63
4.2. Hasil Penelitian	64
4.2.1. <i>Predictive Analytics Modelling</i>	64
4.2.2. <i>K-Means Cluster Segmentation</i>	74
4.3. Pembahasan Hasil Penelitian	77
BAB V	82
5.1. Kesimpulan	82
5.2. Saran	85
5.2.1 Saran Bagi Telkomsel	85
5.2.2 Saran Untuk Penelitian Selanjutnya	87
DAFTAR PUSTAKA	88