

DAFTAR ISI

HALAMAN JUDUL	ii
PERNYATAAN.....	iii
HALAMAN PERSETUJUAN	iv
HALAMAN PENGESAHAN	v
RIWAYAT HIDUP	vi
HALAMAN PERSEMBAHAN	vii
MOTTO	viii
ABSTRAK	ix
PRAKARTA	xi
DAFTAR ISI.....	xiv
DAFTAR TABEL	xvii
DAFTAR GAMBAR.....	xvii

BAB I PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang	1
1.2 Rumusan Masalah	6
1.3 Ruang Lingkup Penelitian.....	6
1.3.1 Ruang Lingkup Subjek.....	6
1.3.2 Ruang Lingkup Objek.....	6
1.3.3 Ruang Lingkup Tempat	6
1.3.4 Ruang Lingkup Waktu	6
1.3.5 Ruang Lingkup Ilmu Penelitian	6
1.4 Tujuan Penelitian	7
1.5 Manfaat Penelitian	7
1.5.1 Bagi Penulis	7
1.5.2 Bagi Perusahaan Telkomsel Distribution Center	7
1.5.3 Bagi Institusi	7
1.6 Sistem Penulisan	7

1.6.1 BAB I PENDAHULUAN	8
1.6.2 BAB II LANDASAN TEORI	8
1.6.3 BAB III METODE PENELITIAN	8
1.6.4 BAB IV HASIL DAN PEMBAHASAN	8
1.6.5 BAB V SIMPULAN DAN SARAN	8
BAB II LANDASAN TEORI	
2.1 Pemasaran	9
2.2 Bauran Pemasaran	10
2.3 Strategi Pemasaran	11
2.4 Manajemen Strategi	12
2.5 Analisis SWOT	12
2.6 Penelitian Terdahulu	17
2.7 Kerangka Pemikiran.....	24
BAB III METODE PENELITIAN	
3.1 Jenis Penelitian.....	25
3.2 Sumber Data.....	25
3.3 Metode Pengumpulan Data	26
3.4 Populasi dan Sampel	26
3.4.1 Populasi.....	26
3.4.2 Sampel.....	26
3.5 Variabel Penelitian	27
3.5.1 Variabel Penelitian Independen	27
3.6 Definisi Operasional Variabel.....	27
3.7 Metode Analisis Data.....	30

BAB IV HASIL DAN PEMBAHASAN

4.1 Hasil Analisis Data.....	34
4.2 Tahap Pembuatan Matrix SWOT.....	49
4.3 Pembahasan.....	56

BAB V SIMPULAN DAN SARAN

5.1 Simpulan	57
5.2 SARAN	57