

DAFTAR ISI

LEMBAR PENGESAHAN	i
LEMBAR PERNYATAAN	ii
ABSTRAK	iii
ABSTRACT	iv
KATA PENGANTAR.....	v
DAFTAR ISI	ix
DAFTAR TABEL.....	xv
DAFTAR GAMBAR.....	xvi
DAFTAR LAMPIRAN	xvii
BAB 1 PENDAHULUAN	1
1.1 Latar Belakang Masalah.....	1
1.2 Rumusan Masalah	8
1.2.1 Pertanyaan Makro	8
1.2.2 Pertanyaan Mikro	9
1.3 Maksud dan Tujuan Penelitian.....	9
1.3.1 Maksud Penelitian	9
1.3.2 Tujuan Penelitian.....	10
1.4 Kegunaan Penelitian.....	11
1.4.1 Kegunaan Penelitian Secara Teoritis	11
1.4.2 Kegunaan Penelitian Secara Praktis.....	12

BAB II TINJAUAN PUSTAKA	13
2.1 Tinjauan Pustaka	13
2.1.1 Tinjauan Penelitian Terdahulu	13
2.1.2 Tinjauan Tentang Komunikasi Pemasaran.....	24
2.1.2.1 Pengertian Komunikasi	24
2.1.2.2 Unsur Unsur Dasar Komunikasi	26
2.1.2.2 Proses Komunikasi.....	28
2.1.3 Tinjauan Strategi Komunikasi Pemasaran	29
2.1.3.1 Pengertian Strategi Komunikasi.....	29
2.1.3.2 Pengertian Strategi Komunikasi Pemasaran	33
2.1.3.3 Sejarah Komunikasi Pemasaran.....	35
2.1.3.4 Tujuan Komunikasi Pemasaran.....	38
2.1.4 Tinjauan Tentang Komunikasi Organisasi.....	40
2.1.4.1 Pengertian Organisasi.....	40
2.1.4.2 Pengertian Komunikasi Organisasi	41
2.1.5 Tinjauan Tentang Kualitas Pelayanan.....	42
2.1.5.1 Pengertian Kualitas Pelayanan.....	42
2.2 Kerangka Pemikiran.....	46
BAB III METODE PENELITIAN	56
3.1 Desain Penelitian.....	56
3.2 Informan Penelitian.....	58
3.2.1. Informan Kunci	59
3.2.2. Informan Pendukung.....	60

3.3 Teknik Pengumpulan Data.....	61
3.3.1 Studi Pustaka.....	61
3.3.2 Studi Lapangan.....	64
3.4 Uji Keabsahan Data.....	66
3.5 Teknik Analisa Data.....	67
3.6 Lokasi dan Waktu Penelitian	70
3.6.1 Lokasi Penelitian.....	70
3.6.2 Waktu Penelitian	70
BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN.....	72
4.1 Hasil Penelitian	72
4.1.1 Gambaran Objek Penelitian	79
4.1.1.1. Sejarah PT. Telekomunikasi Indonesia Tbk	79
4.1.1.2. Sejarah Indihome (<i>Indonesia Digital Home</i>)	88
4.1.1.3. Struktur Organisasi.....	95
4.1.1.4. Deskripsi Identitas Informan.....	96
4.1.2 Analisa Hasil Penelitian	103
4.1.2.1 Tujuan Pemasaran Indihome yang dilakukan oleh Divisi Sales Promotion & Pricing PT. Telkom Indonesia Regional 3 Jawa Barat dalam meningkatkan kualitas pelayanan di kota Bandung.....	104
4.1.2.2 Sasaran Pemasaran Indihome yang dilakukan oleh Divisi Sales Promotion & Pricing PT. Telkom Indonesia Regional 3 Jawa	

	Barat dalam meningkatkan kualitas pelayanan di kota Bandung.....	108
4.1.2.3	Pesan Pemasaran Indihome yang disampaikan oleh Divisi Sales Promotion & Pricing PT. Telkom Indonesia Regional 3 Jawa Barat dalam meningkatkan kualitas pelayanan di kota Bandung.....	110
4.1.2.4	Media Pemasaran Indihome yang digunakan oleh Divisi Sales Promotion & Pricing PT. Telkom Indonesia Regional 3 Jawa Barat dalam meningkatkan kualitas pelayanan di kota Bandung.....	116
4.1.2.5.	Pengembangan <i>Promotional Mix</i> Pemasaran Indihome yang dilakukan oleh Divisi Sales Promotion & Pricing PT. Telkom Indonesia Regional 3 Jawa Barat dalam meningkatkan kualitas pelayanan di kota Bandung	120
4.1.2.6	Evaluasi Pemasaran Indihome yang dilakukan oleh Divisi Sales Promotion & Pricing PT. Telkom Indonesia Regional 3 Jawa Barat dalam meningkatkan kualitas pelayanan di kota Bandung.....	137
4.2	Pembahasan.....	140
4.2.1.	Tujuan Pemasaran Indihome yang dilakukan oleh Divisi Sales Promotion & Pricing PT. Telkom Indonesia Regional 3 Jawa Barat dalam meningkatkan kualitas pelayanan di kota Bandung	141

4.2.2.	Sasaran Pemasaran Indihome yang dilakukan oleh Divisi Sales Promotion & Pricing PT. Telkom Indonesia Regional 3 Jawa Barat dalam meningkatkan kualitas pelayanan di kota Bandung	145
4.2.3.	Pesan Pemasaran Indihome yang disampaikan oleh Divisi Sales Promotion & Pricing PT. Telkom Indonesia Regional 3 Jawa Barat dalam meningkatkan kualitas pelayanan di kota Bandung	152
4.2.4.	Media Pemasaran Indihome yang digunakan oleh Divisi Sales Promotion & Pricing PT. Telkom Indonesia Regional 3 Jawa Barat dalam meningkatkan kualitas pelayanan di kota Bandung	155
4.2.5.	Pengembangan <i>Promotional Mix</i> Pemasaran Indihome yang dilakukan oleh Divisi Sales Promotion & Pricing PT. Telkom Indonesia Regional 3 Jawa Barat dalam meningkatkan kualitas pelayanan di kota Bandung.....	159
4.2.6.	Evaluasi Pemasaran Indihome yang dilakukan oleh Divisi Sales Promotion & Pricing PT. Telkom Indonesia Regional 3 Jawa Barat dalam meningkatkan kualitas pelayanan di kota Bandung	167
4.3	Strategi Komunikasi Pemasaran <i>Indonesian Digital Home</i> (Indihome Fiber) oleh Divisi Sales Promotion & Pricing PT. Telkom Indonesia Regional 3 Jawa Barat dalam meningkatkan kualitas pelayanan di kota Bandung	171

BAB V KESIMPULAN DAN SARAN	175
5.1 Kesimpulan	175
5.2 Saran.....	176
5.2.1 Saran Untuk Indihome	177
5.2.2 Saran Untuk Peneliti Selanjutnya	177
DAFTAR PUSTAKA	179
LAMPIRAN	
DAFTAR RIWAYAT HIDUP	