

**ANALISIS EFEKTIFITAS PROGRAM BUNDLING PRODUK TELKOMFLEXI
SEBAGAI MASUKAN STRATEGI PROMOSI PENJUALAN PADA DIVISI REGIONAL
III PT TELEKOMUNIKASI INDONESIA, TBK.**

Ryan Fachri Nasution¹

¹Manajemen (Manajemen Bisnis Telekomunikasi & Informatika), Fakultas Ekonomi Bisnis, Universitas Telkom

