

## DAFTAR ISI

<b>HALAMAN PERNYATAAN .....</b>	<b>iii</b>
<b>ABSTRAK.....</b>	<b>iv</b>
<b>ABSTRACT .....</b>	<b>vi</b>
<b>KATA PENGANTAR .....</b>	<b>vii</b>
<b>DAFTAR ISI .....</b>	<b>viii</b>
<b>DAFTAR GAMBAR .....</b>	<b>x</b>
<b>DAFTAR TABEL .....</b>	<b>xi</b>
<b>BAB I PENDAHULUAN .....</b>	<b>1</b>
1.1    Gambaran Umum Objek Penelitian.....	1
1.1.1    Profil Perusahaan.....	1
1.1.2    Visi dan Misi Perusahaan.....	3
1.1.3    Logo dan Makna Logo.....	3
1.1.4    Informasi Perusahaan.....	5
1.2    LATAR BELAKANG .....	8
1.3    RUMUSAN MASALAH.....	13
1.4    TUJUAN PENELITIAN .....	14
1.5    KEGUNAAN PENELITIAN .....	14
1.5.1    keuntungan praktis .....	14
1.5.2    Keuntungan Teoritis.....	15
1.6    BATASAN MASALAH.....	15
1.7    SISTEMATIKA PENULISAN LAPORAN AKHI.....	15
<b>BAB II TINJAUAN PUSTAKA .....</b>	<b>17</b>
2.1    Landasan Teoritis.....	17
2.1.1    Pemasaran.....	17
2.1.2    Manajemen Pemasaran.....	17
2.1.3    Bauran Komunikasi Pemasaran.....	18
2.1.4    Direct Marketing .....	19
2.1.5    Telemarketing .....	19
2.2    Penelitian Tedahulu .....	20
2.3    Kerangka Pemikiran .....	22
<b>BAB III METODE PENELITIAN.....</b>	<b>23</b>
3.1    Jenis Penelitian .....	23
3.2    Variabel Operasional .....	24

3.3	Tahapan Penelitian.....	27
3.4	Populasi dan Sampel.....	30
3.4.1	Populasi Penelitian.....	30
3.4.2	Sampel Penelitian.....	31
3.5	Pengumpulan Data.....	31
3.5.1	Sumber Data.....	31
3.5.2	Pengumpulan Data dengan Wawancara.....	32
3.6	Uji Keabsahan Data .....	33
3.7	Teknis Analisis Data.....	34
<b>BAB IV HASIL DAN PEMBAHASAN PENELITIAN .....</b>		<b>36</b>
4.1	Hasil Penelitian .....	36
4.1.1	Informan / Narasumber .....	36
<b>BAB V KESIMPULAN DAN SARAN .....</b>		<b>44</b>
5.1	Kesimpulan .....	44
5.1.1	Analisis Penerapan Telemarketing.....	44
5.2	Saran .....	45
5.2.1	Bagi PT. Telkom Witel Bandung.....	45
5.2.2	Bagi Penelitian Selanjut nya .....	46
<b>DAFTAR PUSTAKA .....</b>		<b>47</b>
<b>LAMPIRAN – LAMPIRAN .....</b>		<b>48</b>