

DAFTAR ISI

LEMBAR PERSETUJUAN SKRIPSI	i
LEMBAR PENGESAHAN PERBAIKAN SKRIPSI	ii
SURAT PERNYATAAN KARYA SENDIRI	iv
ABSTRAK	v
ABSTRACT	vi
KATA PENGANTAR	vii
DAFTAR ISI	ix
DAFTAR TABEL	xii
DAFTAR GAMBAR	xiii
BAB 1 PENDAHULUAN	1
1.1 Latar Belakang	1
1.2 Fokus Penelitian	5
1.3 Tujuan Penelitian	6
1.4 Manfaat Penelitian	6
a. Manfaat Teoritis Akademis	6
b. Manfaat Praktis	7
BAB II TINJUAN PUSTAKA	8
2.1 Penelitian Terdahulu	8
2.2 Kajian Teoritis	11
2.2.1 Pengertian Merek (<i>Brand</i>)	11
2.2.1.1 Manfaat Merek	12
2.2.2 <i>Segmentasi Targeting Positioning</i>	14
2.2.2.1 Segmentasi	14
2.2.2.2 Pola Segmentasi Pasar	15
2.2.2.3 Dasar Segmentasi	16
2.2.2.4 Menentukan Target Market	16
2.2.2.5 <i>Positioning</i>	18

2.2.3 Pemasaran	20
2.2.3.1 Definisi Pemasaran.....	20
2.2.3.2 Bauran Pemasaran	20
2.2.4 Bauran Promosi.....	23
2.2.4.1 Pengertian Bauran Promosi.....	23
2.2.4.2 Tujuan Bauran Promosi	27
2.2.5 <i>Intergrated Marketing Communication</i>	28
2.2.5.1 Periklanan (<i>Advertising</i>).....	28
2.2.5.2 Hubungan Masyarakat (<i>Public Relations</i>)	30
2.2.5.3 Penjualan Pribadi (<i>Personal Selling</i>)	31
2.2.5.4 Promosi Penjualan (<i>Sales Promotion</i>).....	32
2.2.5.5 <i>Direct Marketing</i>	33
2.2.6 Loyalitas Pelanggan	33
2.2.7 <i>Customer Retention Marketing</i>	35
2.2.7.1 Pengertian <i>Customer Retention Marketing</i>	35
2.2.7.2 Tujuan dan Manfaat <i>Customer Retention Marketing</i>	36
2.2.7.3 Komponen <i>Customer Retention Marketing (CRM)</i> .	38
2.2.7.4 Membangun Relasi Pelanggan	44
2.2.8 Strategi <i>Customer Retention Marketing</i>	46
2.2.8.1 Proses <i>Customer Retention Marketing</i>	52
2.2.8.2 Elemen-elemen <i>Customer Retention Marketing</i>	55
BAB III METODOLOGI PENELITIAN	57
3.1 Paradigma Penelitan	57
3.2 Metode Penelitian.....	58
3.3 Subyek Penelitian	60
3.4 Teknik Pengumpulan Data	61
3.4.1 <i>Data Premier</i>	62
3.4.2 Data Sekunder	62
3.5 Teknik Analisis Data	62

3.6 Teknik Keabsahan Data.....	64
3.7 Teknik Pemeriksaan Keabsahan Data	66
BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN.....	68
4.1 Sejarah PT. Indosat Ooredoo.....	68
4.1.1 Logo Perusahaan	72
4.1.2 Visi, Misi dan Nilai-nilai Perusahaan	73
4.2 Hasil Penelitian.....	75
4.2.1 Data Sekunder	75
4.2.2 Data Primer	77
4.3 Hasil Penelitian.....	81
4.3.1 Strategi Komunikasi.....	84
4.3.2 <i>Program Customer Retention Marketing</i>	87
4.3.3 Hasil Implementasi Pelanggan.....	92
4.4 Pembahasan	95
4.4.1 IDIC	95
4.4.1.1 Identifikasi (<i>Identification</i>)	95
4.4.1.2 Diferensiasi (<i>Differentiation</i>).....	95
4.4.1.3 Interaksi (<i>Interaction</i>)	96
4.4.1.4 Penyesuaian Produk (<i>Customization</i>)	96
BAB V KESIMPULAN DAN SARAN	98
5.1 Kesimpulan.....	98
5.2 Saran	100
5.2.1 Saran Akademis	100
5.2.2 Saran Praktis	101
DAFTAR PUSTAKA	102
LAMPIRAN.....	104