

DAFTAR ISI

	Halaman
ABSTRAC	i
PENGESAHAN TESIS	v
PERNYATAAN	vi
KATA PENGANTAR	vii
DAFTAR ISI	ix
DAFTAR GAMBAR	xi
DAFTAR GRAFIK	xiii
DAFTAR TABEL	xiv
DAFTAR LAMPIRAN	xv
DAFTAR ISTILAH	xvi
BAB I PENDAHULUAN	1
1.1 Latar Belakang Permasalahan	1
1.2 Identifikasi, Batasan, dan Rumusan Masalah	6
1.3 Maksud dan Tujuan Penyusunan Karya Akhir	10
1.4 Manfaat Penyusunan Karya Akhir	11
1.5 Sistematika Penulisan karya Akhir	13
BAB II KAJIAN PUSTAKA	14
2.1 Pengertian Strategi Pemasaran	14
2.2 Deskripsi dan Definisi Pasar	17

	2.3 Targeting -----	23
	2.4 Target Pasar -----	24
	2.5 Segmentasi Pasar -----	25
	2.6 Proses Pemasaran -----	29
BAB III	OBJEK DAN METODE PENELITIAN -----	35
	3.1 Objek Penelitian -----	35
	3.2 Metode Penelitian -----	45
BAB IV	HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN -----	48
	4.1 Gambaran Umum pemasaran Speedy di TELKOM JakPus	48
	4.2 Proses pemasaran Speedy di JakPus -----	49.
	4.3 Konsep dasar sistem Aplikasi Model Demand Mgn Speedy	58
	4.4 Keunggulan dan Kelemahan Strategi Penetapan Target Pasar berdasarkan Data Demand dari Model Sistem Aplikasi Demand Manajemen Speedy -----	72
	4.5 Keunggulan dan kelemahan Strategi penetapan target pasar berdasarkan Hasil Analisa SWOT terhadap data market dan data Pesaing -----	89
	4.6 Hasil Analisis Dampak Efektivitas Strategi Dengan melihat Pencapaian pemasaran -----	91
BAB V	KESIMPULAN DAN SARAN -----	95
	5.1 Kesimpulan -----	95
	5.2 Saran -----	96
	DAFTAR PUSTAKA	97



UNIVERSITAS
MERCU BUANA