

DAFTAR ISI

LEMBAR PENGESAHAN	i
ABSTRAKSI	ii
KATA PENGANTAR	iii
DAFTAR ISI	iv
DAFTAR GAMBAR	v
DAFTAR LAMPIRAN	vi
DAFTAR TABEL	vii
BAB I PENDAHULUAN	1
A. Latar Belakang	1
B. Identifikasi dan Pembatasan Masalah	6
C. Perumusan Masalah penelitian	9
D. Tujuan Penelitian	9
E. Manfaat/Kegunaan Penelitian	10
F. Sistematika Penulisan	10
BAB II LANDASAN TEORI	12
A. Promosi dan Unsur-Unsur Promosi	12
B. Pengertian Biaya	22
C. Pengertian Biaya Promosi	23
D. Pengertian Pendapatan	24
E. Pengertian Elastisitas Permintaan	25
F. Kerangka Pikir Penelitian	26
G. Hipotesis	28
BAB III METODE PENELITIAN	29
A. Tempat dan Waktu Penelitian	29
B. Jenis dan Sumber Data	29

C. Metode Pengumpulan Data	30
D. Teknis Analisis Data	30
E. Definisi Operasional	33
BAB IV GAMBARAN UMUM PT TELKOM	36
A. Sejarah Singkat PT Telkom	36
B. Struktur Organisasi	38
C. Aktivitas Kandatel Bandung	43
BAB V PEMBAHASAN	51
A. Bentuk Promosi Kandatel Bandung	51
B. Proporsi Biaya Promosi Terhadap Total BODP	55
C. Hubungan Biaya Promosi Terhadap Pasang baru	58
D. Pengaruh Biaya Promosi Terhadap Peningkatan Pendapatan	63
BAB VI KESIMPULAN DAN SARAN	83
A. Kesimpulan	83
B. Saran-saran.	84

DAFTAR GAMBAR

NO	NAMA GAMBAR	HALAMAN
1.	Kerangka Pikir Penelitian	27
2.	Struktur Biaya dan Posisi Biaya Promosi	50

DAFTAR LAMPIRAN

NO	NAMA LAMPIRAN	HALAMAN
1.	Target dan Realisasi Pendapatan	88
2.	Target dan Realisasi Pasang Baru	89
3.	Struktur Organisasi Kandatel Bandung	90
4.	Data Pendapatan Biaya dan Pasangbaru	93
5.	Perhitungan Biaya Promosi terhadap Pasangbaru	94
6.	Perhitungan Biaya Promosi terhadap Pendapatan	95
7.	Jumlah Pelanggan Features 1989	96
8.	Jumlah pelanggan Berbayar	97
9.	Laporan Rugi Laba Kandatel Bandung 1998-1999	98
10.	Laporan Laba Rugi tahun 1996 dan 1995	99
11.	Laporan Laba Rugi tahun 1993 dan 1992	100
12.	Laporan Laba Rugi tahun 1990 dan 1989	101
13.	Rekapitulasi Annual Report Kandatel Bandung 1994-1998	102
14.	Rekapitulasi Annual Report Kandatel Bandung 1993-1997	103
15.	Realisasi Pemasaran tahun 1996	104
16.	Realisasi Pemasaran tahun 1997	107
17.	Realisasi Pemasaran tahun 1997 per segmen	112
18.	Mekanisme Anggaran	113
19.	Contoh Leaflet Features	114
20.	Contoh Leaflet VPS	116
21.	Contoh Leaflet telepon layanan masyarakat	117
22.	Contoh Leaflet Pasang Baru	118
23.	Contoh iklan baliho dan spanduk	119
24.	Contoh On Air E di Radio	120
25.	Daftar Indeks Harga Konsumen (IHK) 1988-1999 dari BPS	121
26.	Data Biaya Promosi dan Pasangbaru 1989- 1999	130

DAFTAR TABEL

NO	NAMA TABEL	HALAMAN
1.	Realisasi Biaya Operasi dan Pemeliharaan	55
2.	Realisasi Biaya Promosi	56
3.	Proporsi Biaya Promosi erhadap BODP	57
4.	Realisasi Jumlah Pasang Baru	58
5.	Analisis Korelasi Biaya Promosi dgn Pasangbaru	59
6.	Realisasi Jumlah Pendapatan	63
7.	Analisis Korelasi Biaya Promosi dgn Pendapatan	64
8.	Daftar Tarif Pasang Baru	76