

## DAFTAR ISI

<b>ABSTRAK</b> .....	<b>i</b>
<b>ABSTRACT</b> .....	<b>ii</b>
<b>KATA PENGANTAR</b> .....	<b>iii</b>
<b>UCAPAN TERIMA KASIH</b> .....	<b>iv</b>
<b>DAFTAR ISI</b> .....	<b>viii</b>
<b>DAFTAR TABEL</b> .....	<b>xi</b>
<b>DAFTAR GAMBAR</b> .....	<b>xiii</b>
<b>DAFTAR LAMPIRAN</b> .....	<b>xiv</b>
<b>BAB I PENDAHULUAN</b> .....	<b>1</b>
1.1 Latar Belakang Penelitian.....	1
1.2 Identifikasi Masalah .....	11
1.3 Rumusan Masalah .....	12
1.4 Tujuan Penelitian.....	13
1.5 Kegunaan Penelitian .....	13
1.5.1 Kegunaan Teoritis.....	13
1.5.2 Kegunaan Praktis .....	13
<b>BAB II KAJIAN PUSTAKA, KERANGKA PEMIKIRAN DAN HIPOTESIS</b> ...	<b>14</b>
2. 1 Kajian Pustakan .....	14
2.1.1 Konsep Promosi Penjualan <i>Gimmick Bonus Pack</i> .....	15
2.1.2 Konsep Keputusan Pembelian Paket Perdana Flexi .....	20
2.1.3 Pengaruh Peomosi Penjualan <i>Gimmick Bonus Pack</i> terhadap Keputusan Pembelian Paket Perdana Flexi .....	34
2.1.4 Resume Hasil Penelitian Terdahulu .....	36
2.2 Kerangka Pemikiran .....	38
2.3 Hipotesis .....	44

<b>BAB III OBJEK DAN METODE PENELITIAN.....</b>	<b>45</b>
3.1 Objek Penelitian .....	45
3.2 Metode Peneliiian.....	45
3.2.1 Jenis Penelitian dan Metode yang digunakan .....	45
3.2.2 Operasionalisasi Variabel .....	47
3.2.3 Jenis dan Sumber Data .....	50
3.2.4 Populasi, Sampel dan Teknik Sampling.....	52
3.2.5 Teknik Pengumpulan Data .....	55
3.2.6 Hasil Pengujian Validitas dan Reliabilitas .....	56
3.2.7 Teknik Analisis Data .....	62
3.2.8 Pengujian Hipotesis.....	67
<b>BAB IV HASIL PENELIATIAN dan PEMBAHASAN.....</b>	<b>69</b>
4.1 Profil Perusahaan dan Pelanggan TELKOMFlexi .....	69
4.1.1 Profil TELKOMFlexi .....	69
4.1.2 Profil Pelanggan Berdasarkan Karakteristik Demografi, Pengalaman, dan Penilaian .....	77
4.2 Pelaksanaan Program Promosi Penjualan <i>Gimmick Bonus</i> <i>Pack</i> Paket Perdana Flexi .....	88
4.2.1 Aktivasi Kartu Perdana .....	88
4.2.2 Tarif Percakapan .....	90
4.2.3 Bonus Tambahan dari Paket Perdana Flexi.....	93
4.2.4 <i>Free</i> 20 SMS .....	94
4.2.5 <i>Free</i> 30 Hari FlexiTone .....	96
4.2.6 Bonus Tambahan Pulsa Rp. 10000 Selama tiga Bulan..	98
4.2.7 Rekapitulasi Gambaran Pelanggan TELKOMFlexi terhadap Program Promosi Penjualan <i>Gimmick Bonus</i> <i>Pack</i> .....	100
4.3 Keputusan Pembelian .....	101
4.4 Pengaruh Program Promosi Penjualan <i>Gimmick Bonus</i> <i>Pack</i> terhadap Keputusan Pembelian Paket Perdana Flexi .....	106
4.4.1 Analisis Korelasi .....	106
4.4.2 Analisis Regresi Linear Sederhana.....	108
4.4.3 Koefisien Determinasi.....	110

4.5 Implikasi Hasil Penelitian Terhadap Hasil Pengembangan Pendidikan Manajemen Bisnis.....	112
4.5.1 Implikasi Hasil Temuan .....	112
4.5.2 Implikasi Penelitian Terhadap Pendidikan Manajemen Bisnis .....	115
<b>BAB V KESIMPULAN DAN REKOMENDASI.....</b>	<b>119</b>
5.1 Kesimpulan .....	119
5.2 Rekomendasi .....	120
<b>DAFTAR PUSTAKA.....</b>	<b>122</b>
<b>LAMPIRAN</b>	

