

DAFTAR ISI

Halaman Judul	i
Halaman Pengesahan	ii
Pernyataan Bebas Penjiplakan.....	iii
Kata Pengantar.....	iv
Daftar Isi.....	vi
Daftar Tabel.....	ix
Daftar Gambar	x
Daftar Lampiran.....	xi
BAB I : PENDAHULUAN.....	1
1.1 Dasar Pemikiran Magang.....	1
1.2 Tujuan Magang.....	3
1.3 Target Magang.....	3
1.4 Bidang Magang	3
1.5 Lokasi Magang	3
1.6 Rincian Dan Jadwal Pelaksanaan Magang.....	4
1.7 Sistematika Penulisan Laporan Magang	5

BAB II : LANDASAN TEORI	6
2.1 Pemasaran.....	6
2.2 Strategi Pemasaran.....	7
2.3 <i>Segmenting</i>	7
2.3.1 Pengertian Segmentasi Pasar	8
2.3.2 Dasar-Dasar Segmentasi Pasar	8
2.3.3 Syarat Segmentasi Pasar	14
2.3.4 Manfaat Segmentasi Pasar.....	15
2.4 <i>Targeting</i>	16
2.4.1 Pola Memilih Pasar Sasaran	16
2.4.2 Komponen Pasar Sasaran	18
2.4.3 Strategi Pasar Sasaran	19
2.5 <i>Positioning</i>	20
BAB III : ANALISIS DESKRIPTIF	21
3.1 Data Umum	21
3.1.1 Sejarah PT. Telkom.....	21
3.1.2 Visi, Misi Dan Inisiatif Strategi	25
3.1.3 Struktur Organisasi PT. Telkom Purworejo	27
3.2 Data Khusus	29
3.2.1 Produk Indihome PT. Telkom Purworejo	29
3.2.2 Segmentasi Produk Indihome PT. Telkom Purworejo	33

3.2.3 Target Pasar Produk Indihome PT. Telkom Purworejo	36
3.2.4 Penempatan Produk Indihome PT. Telkom Purworejo	37
3.2.5 Kendala Penerapan <i>Segmenting, Targeting, dan Positioning</i> Produk Indihome PT. Telkom Purworejo	39
 BAB IV : KESIMPULAN DAN SARAN	 41
4.1 Kesimpulan	41
4.2 Saran	42
 Daftar Pustaka	
Lampiran	

