

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 Dasar Pemikiran.....	1
1.2 Tujuan Magang.....	3
1.3 Target Magang.....	3
1.4 Bidang Magang.....	3
1.5 Lokasi Magang.....	3
1.6 Jadwal Magang.....	4
1.7 Sistematika Penulisan Laporan Magang.....	6

BAB II : LANDASAN TEORI.....	
2.1 Pemasaran.....	7
2.1.1 Pengertian Pemasaran.....	7
2.1.2 Lingkungan Pemasaran.....	8
2.2 Bauran Pemasaran	9
2.3 Distribusi	10
2.3.1 Pengertian Distribusi	10
2.3.2 Strategi Distribusi	11
2.3.3 Saluran Distribusi	12
2.3.4 Jenis Saluran Distribusi	12
2.3.5 Tingkatan Saluran Distribusi	14
2.3.6 Fungsi Saluran Distribusi	16
2.3.7 Konflik Saluran Distribusi.....	17
 BAB III : ANALISIS DESKRIPTIF.....	
3.1. Data Umum.....	
3.1.1 Sejarah PT Telkomsel Tbk.....	19
3.1.2 Latar Belakang Terbentuknya Telkomsel <i>Distribution Center</i> (TDC) Telesindo <i>Shop</i>	21
3.1.3 Latar Belakang Berdirinya Telkomsel <i>Distribution Center</i> (TDC)..... Telesindo <i>shop</i> di Banjarnegara.....	21
3.1.4 Visi dan Misi Telkomsel Tbk.....	22

3.1.5 Struktur Organisasi TDC Telkomsel <i>Distribution Center</i> Telesindo	
<i>Shop</i>	23
3.1.6 Divisi Kerja TDC Telesindo <i>Shop</i>	24
3.2. Data Khusus.....	
3.2.1 Penerapan Strategi Saluran Distribusi.....	25
3.2.2 Hambatan Dalam Saluran Distribusi TDC Telesindo <i>Shop</i>	27
 BAB IV : KESIMPULAN DAN SARAN	
4.1. Kesimpulan.....	29
4.2. Saran	30
 DAFTAR PUSTAKA	
LAMPIRAN	

