

DAFTAR ISI

	Hal
ABSTRAK	i
ABSTRACT	ii
KATA PENGANTAR	iii
DAFTAR ISI	vi
DAFTAR TABEL	viii
DAFTAR GAMBAR	ix
DAFTAR LAMPIRAN	x
BAB I PENDAHULUAN	1
1.1 Latar Belakang Masalah	1
1.2 Rumusan Masalah dan Identifikasi Masalah.....	7
1.2.1 Rumusan Masalah.....	7
1.2.2 Identifikasi Masalah.....	7
1.3 Tujuan Penelitian	8
1.4 Kegunaan Penelitian	8
1.4.1 Kegunaan Teoritis.....	8
1.4.2 Kegunaan Praktis.....	8
1.5 Ruang Lingkup dan Pengertian Istilah.....	9
1.5.1 Ruang Lingkup	9
1.5.2 pengertian Istilah.....	9
1.6 Kerangka Pemikiran	9
1.7 Metodologi Penelitian	19
1.7.1 Jenis dan Pendekatan Penelitian	19
1.7.2 Populasi dan Sampel	20
1.7.3 Teknik Pengumpulan Data	21
BAB II TINJAUAN TEORITIS	24
2.1 Komunikasi Pemasaran.....	24
2.2 Bauran Pemasaran.....	42
2.3 Kegiatan Komunikasi Pemasaran	45
BAB III METODOLOGI DAN OBJEK PENELITIAN	52
3.1 Metode Penelitian Kuantitatif Deskriptif.....	52
3.1.1 Operasionalisasi Variabel.....	52
3.1.2 Teknik Pengumpulan Data	54
3.1.3 Teknik Analisis Data.....	57
3.1.4 Uji Keabsahan Data.....	59
3.2 Objek Penelitian	60
3.2.1 PLN Asia Afrika	60
3.2.2 Misi dan Visi PT. PLN (Persero).....	64
3.2.3 Aktivitas Usaha PT. PLN (Persero)	64

	Hal
3.2.4 Struktur Organisasi	66
3.3 Listrik Prabayar (LPB)	66
3.3.1 Manfaat Listrik Prabayar bagi Pelanggan	70
3.3.2 Manfaat Listrik Prabayar bagi PLN	71
3.3.3 Skema Sistem Prabayar.....	72
3.3.4 Komparasi Sistem Pascabayar dan Prabayar.....	73
BAB IV ANALISIS DATA DAN PEMBAHASAN	
4.1 <i>Product, Price, Place, Promotion, People, Process, Physical Evidence</i> Listrik Prabayar (LPB)	74
4.2 Temuan Penelitian	85
4.2.1 Publikasi <i>Website</i> Listrik Prabayar Yang Dilakukan PT PLN Asia Afrika	86
4.2.2 Iklan listrik Prabayar di TV yang dilakukan PT PLN	89
4.2.1 Publikasi <i>Website</i> Listrik Prabayar Yang Dilakukan PT PLN Asia Afrika	91
4.2.2 Iklan listrik Prabayar di TV yang dilakukan PT PLN	95
4.2.4 Personal Selling Listrik Prabayar Yang Dilakukan PT PLN Asia Afrika	101
4.3 Pembahasan	107
4.3.1 <i>Advertising and Publicity</i>	108
4.3.2 <i>Marketing Public Relations</i>	110
4.3.3 <i>Sales Promotions</i>	111
4.3.4 <i>Direct Marketing</i>	111
BAB V PENUTUP	
5.1 Kesimpulan	115
5.2 Saran	117
DAFTAR PUSTAKA	119
LAMPIRAN	121

DAFTAR TABEL

	Hal
Tabel 4.1 Daftar Harga Listrik Pra Bayar	80
Tabel 3.1 Operasionalisasi Variabel	53
Tabel 3.2 Komparasi Sistem Pascabayar dan Prabayar	73



DAFTAR GAMBAR

	Hal
Gambar 1.1 <i>The Four Ps of the Marketing Mix</i>	14
Gambar 1.2 <i>The Promotional Mix</i>	16
Gambar 2.1 Model Proses Komunikasi	25
Gambar 2.2 Bauran Komunikasi Pemasaran Jasa	33
Gambar 2.3 <i>The Promotional Mix</i>	37
Gambar 2.4 Unsur Bauran Pemasaran (<i>Marketing Mix</i>)	42
Gambar 2.5 <i>The Four Ps of the Marketing Mix</i>	44
Gambar 4.1 Proses Bisnis Pascabayar	76
Gambar 4.2 Proses Bisnis Pascabayar	77
Gambar 4.3 Alat Meter Listrik Prabayar	78
Gambar 4.4 Arsitektur Sistem Listrik Pra Bayar	83
Gambar 4.5 Petunjuk Penggunaan Alat Meter Listrik Pra Bayar	84
Gambar 4.6 Logo PLN	84
Gambar 4.7 Logo Listrik Pra Bayar PLN	85
Gambar 4.8 Tampilan Website Listrik Prabayar	88
Gambar 4.9 Contoh Iklan Listrik Prabayar di TV	91
Gambar 4.10 Contoh Pamaren Listrik Prabayar	95
Gambar 4.11 Contoh <i>Personal Selling</i> Listrik Prabayar	103
Gambar 4.12 Bauran Pemasaran listrik prabayar di PLN Asia Afrika	112

DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran 1 Struktur Organisasi PLN Kota Bandung	Hal 121
-------------------------------------------------------	-------------------

