



HALAMAN JUDUL.....	i
HALAMAN PENGESAHAN.....	ii
HALAMAN PERNYATAAN.....	iii
KATA PENGANTAR.....	iv
DAFTAR ISI.....	vi
DAFTAR TABEL.....	viii
DAFTAR GAMBAR.....	ix
INTISARI.....	x
ABSTRACT.....	xi
BAB I. PENDAHULUAN	
1.1 Latar Belakang Permasalahan.....	1
1.2 Pokok Permasalahan.....	2
1.3 Tujuan Penelitian.....	2
1.4 Manfaat Penelitian.....	2
1.5 Sistematika Penulisan.....	2
BAB II. TINJAUAN PUSTAKA	
2.1 Pemasaran Untuk Bisnis.....	4
2.2 Situasi Pembelian Dalam Pemasaran B2B.....	6
2.3 Peserta Proses Pemasaran Dalam B2B.....	8
2.4 Proses Pembelian.....	9
2.5 Kriteria Pemilihan Penyedia Perangkat Telekomunikasi.....	12
BAB III. GAMBARAN INDUSTRI TELEKOMUNIKASI DI INDONESIA	
3.1 Pasar Telekomunikasi Di Indonesia.....	15
3.2 Profil Operator Seluler GSM Di Indonesia.....	16
3.2.1 PT Telkomsel.....	17
3.2.1.1 Produk.....	18



UNIVERSITAS
GADJAH MADA

Identifikasi kriteria pemasok perangkat dalam industri telekomunikasi di Indonesia

SIMATUPANG, Jepru Hasudungan, B.M. Purwanto, Dr., MBA

Universitas Gadjah Mada, 2010 | Diunduh dari <http://etd.repository.ugm.ac.id/>

3.2.1.2 Jumlah Pelanggan.....	18
3.2.1.3 Jangkauan Area.....	18
3.2.2 PT Indosat.....	19
3.2.2.1 Lini Bisnis.....	19
3.2.2.2 Jumlah Pelanggan.....	20
3.2.2.3 Jangkauan Area.....	20
3.2.3 PT XL Axiata.....	20
3.2.3.1 Produk.....	20
3.2.3.2 Jumlah Pelanggan.....	21
3.2.3.3 Jangkauan Area.....	21
3.3 Profil PT Ericsson Indonesia.....	21

BAB IV. PENDEKATAN PENELITIAN

4.1 Level Analisis.....	23
4.2 Sumber Data.....	23
4.3 Teknik Pengumpulan Data.....	23
4.4 Teknik Analisis.....	24
4.5 <i>Analytical Hierachy Process</i>	25

BAB V. ANALISIS

5.1 Hasil Survei Terhadap Operator PT Telkomsel.....	28
5.2 Hasil Survei Terhadap Operator PT Indosat.....	31
5.3 Hasil Survei Terhadap Operator PT XL Axiata.....	33
5.4 Analisa Hasil Survei.....	36

BAB V. KESIMPULAN DAN SARAN

5.1 Kesimpulan.....	38
5.2 Saran.....	40

DAFTAR PUSTAKA

LAMPIRAN