

DAFTAR ISI

HALAMAN JUDUL.....	i
HALAMAN PENGESAHAN	ii
PERNYATAAN BEBAS PLAGIASI.....	iii
KATA PENGANTAR.....	iv
DAFTAR GAMBAR	vii
DAFTAR TABEL.....	viii
DAFTAR BAGAN	ix
DAFTAR LAMPIRAN	x
INTISARI.....	xi
ABSTRACT	xii
BAB I PENDAHULUAN	1
1.1 Latar Belakang.....	1
1.2 Rumusan Masalah.....	3
1.3 Tujuan	3
1.4 Manfaat	4
1.4.1 Aspek Teoritis.....	4
1.5 Kerangka Penelitian.....	5
BAB II GAMBARAN UMUM	6
2.1 Kondisi Umum	6
2.1.1 Riwayat Singkat Perusahaan	6
2.1.2 Visi Misi Perusahaan.....	12
2.1.1 Struktur Organisasi Perusahaan	13
2.1.2 Kode Etik Telkomsel.....	14
2.1.3 Kegiatan Telkomsel <i>Branch</i> Yogyakarta	15
2.1.4 Gambaran Umum Telkomsel <i>Apprentice Program</i> (TAP).....	19
2.2 Tinjauan Pustaka.....	28
2.2.1 Pengertian <i>Brand</i> (Merek)	28
2.2.2 Pengertian <i>Brand Activation</i>	29
2.3 Metode Penelitian	33
2.3.1 Penelitian Terdahulu	33

2.3.2	Jenis Penelitian	34
2.3.3	Jenis dan Sumber Data	34
2.3.4	Subjek dan Objek Penelitian.....	35
2.3.5	Metode Pengumpulan Data.....	36
2.3.6	Teknik Analisis Data.....	36
BAB III PEMBAHASAN		38
BAB IV KESIMPULAN DAN SARAN.....		53
4.1	Kesimpulan.....	53
4.1.1	Peserta TAP Menerapkan Lima Bentuk <i>Brand Activation</i>	53
4.1.2	Penerapan Strategi <i>Brand Activation</i> Oleh Peserta TAP Efektif	53
4.2	Saran	55
4.2.1	Perlunya mengembangkan strategi “ <i>challenge</i> ” pada peserta TAP	55
4.2.2	Perlunya penguatan strategi pada <i>direct marketing activation</i>	55
DAFTAR PUSTAKA		
LAMPIRAN		