



## DAFTAR ISI

PERNYATAAN .....	i
KATA PENGANTAR .....	ii
DAFTAR ISI .....	iv
DAFTAR TABEL .....	vi
DAFTAR GAMBAR .....	vii
ABSTRAK .....	viii
ABSTRACT .....	ix
BAB I .....	1
PENDAHULUAN .....	1
1.1 Latar Belakang .....	1
1.2 Rumusan Masalah .....	11
1.3 Pertanyaan Penelitian .....	11
1.4 Tujuan Penelitian .....	12
1.5 Manfaat Penelitian .....	12
1.6 Lingkup Penelitian .....	13
1.7 Sistematika Penelitian .....	13
BAB II .....	15
LANDASAN TEORI .....	15
2.1 <i>Brand Equity</i> .....	15
2.1.1 <i>Brand Awareness</i> .....	17
2.1.2 <i>Brand Image</i> .....	18
2.2 <i>Brand Positioning</i> .....	19
2.3 Pengertian <i>Positioning</i> .....	20
2.4 Klasifikasi <i>Positioning</i> .....	21
2.5 Tahapan <i>Positioning</i> .....	24
2.6 Kesalahan dalam <i>Positioning</i> .....	30
2.7 Dimensi Strategi <i>Positioning</i> .....	32
2.8 Kerangka Penelitian .....	33
BAB III .....	34
METODA PENELITIAN .....	34
3.1 Desain Penelitian .....	34
3.2 Metoda Pengumpulan Data .....	35
3.2.1 Jenis Data Penelitian .....	36



3.2.2 Teknik Pengumpulan Data .....	36
3.3 Instrumen Penelitian.....	37
3.4 Metoda Analisis Data .....	38
3.5 Metoda Validasi Data.....	40
BAB IV .....	41
ANALISIS DATA DAN PEMBAHASAN .....	41
4.1 Profil Informan .....	42
4.2 Analisis Hasil Penelitian .....	44
4.2.1 Faktor – Faktor yang Menyebabkan Turunnya <i>Market Share</i> Telkomsel .....	44
4.2.2 Alasan Penyebab Faktor – Faktor yang Menyebabkan Turunnya <i>Market Share</i> Telkomsel .....	55
4.2.3 Implementasi <i>Brand Positioning</i> Kartu By.U dibandingkan Konsep Teori Pemasaran .....	65
4.2.4 Pengembangan Kartu By.U Dalam Upaya Meningkatkan <i>Market</i> <i>Share</i> Telkomsel .....	77
BAB V .....	89
SIMPULAN DAN SARAN .....	89
5.1 Simpulan.....	89
5.1.1 Faktor – Faktor yang Menyebabkan Turunnya <i>Market Share</i> Telkomsel .....	89
5.1.2 Alasan Penyebab Faktor – Faktor yang Menyebabkan Turunnya <i>Market Share</i> Telkomsel .....	89
5.1.3 Implementasi <i>Brand Positioning</i> Kartu By.U dibandingkan Konsep Teori Pemasaran .....	90
5.1.4 Pengembangan Kartu By.U Dalam Upaya Meningkatkan <i>Market</i> <i>Share</i> Telkomsel .....	90
5.2 Saran.....	91
5.2.1 Saran Akademis .....	91
5.2.2 Saran Praktis .....	92
DAFTAR PUSTAKA.....	93
PANDUAN WAWANCARA .....	96



## DAFTAR TABEL

Tabel 1.1 Daftar Produk Kartu Sim Telkomsel.....	9
Tabel 4.1 Profil Data Informan .....	42
Tabel 4.2 Data Pertumbuhan Jumlah Pelanggan.....	45
Tabel 4.4 Contoh Promosi Operator Telekomunikasi .....	47
Tabel 4.3 Data Pendapatan Operator Seluler .....	49
Tabel 4.5 Faktor – Faktor yang Menyebabkan Turunnya <i>Market Share</i> Telkomsel .....	55
Tabel 4.6 Promo dan Harga Kartu Prabayar Digital .....	56
Tabel 4.7 Alasan Penyebab Faktor – Faktor yang Menyebabkan Turunnya <i>Market Share</i> Telkomsel.....	64
Tabel 4.8 Pengembangan Kartu By.U Dalam Upaya Meningkatkan <i>Market Share</i> Telkomsel.....	88



## DAFTAR GAMBAR

Gambar 1.1 Data <i>Broadband Share</i> Nasional.....	4
Gambar 1.2 Data Rupiah Per Megabytes (RPMB).....	6
Gambar 1.3 Data <i>Payload per DU (Data User)</i> .....	7
Gambar 2.1 <i>From Awareness to Financial Value</i> .....	15
Gambar 2.2 <i>Brand Resonance</i> atau Piramida CBBE .....	16
Gambar 2.3 <i>Brand Positioning Bull's Eye</i> .....	28
Gambar 2.4 Kerangka Penelitian.....	33
Gambar 4.1 Preferensi Operator Seluler .....	50
Gambar 4.2 Peta Persepsi Produk Selular Indonesia.....	73
Gambar 4.3 By.U Brand Positioning Bull's Eye.....	76
Gambar 4.4 Brand Awareness Telco Provider di Indonesia .....	78