

REFERENSI

- [1]. “_____”, ”*Telkom Annual Report 2008*”, 2009
- [2]. Tripomo Tedjo, Udan, “Manajemen Strategi”, Rekayasa Sains, 2005
- [3]. Fredy Rangkuti, “Analisis SWOT Teknik membedah Kasus Bisnis”, Gramedia Pustaka, 2005
- [4]. Suyanto, “Marketing Strategy Top Brand Indonesia”, Andi Offset, 2007.
- [5]. Porter Michael E, “*Competitive Advantage*”, The Free Press, New York, 1985
- [6]. Porter Michael E, “Strategi Bersaing”, Karisma Publishig, Jakarta, 2007
- [7]. Edo Rusyanto, ‘Industri Telekomunikasi Indonesia 2004-2007’, Hexagon, 2007
- [8]. Istijanto, “Aplikasi praktis Riset Pemasaran”, Gramedia Pustaka 2009
- [9]. Dokumen Business overview Trading & Service, 2009
- [10]. KR 1 tahun 2009 tentang Working Spirit & corporate Value DIT EWS
- [11]. KR 1 tahun 2009 tentang Penetapan Corporate Customer Base Yang Dikelola Oleh DIVES tahun 2006, 2006
- [12]. Riduwan, “Metode dan teknik Menyusun Tesis”, Alfabeta, 2006
- [13]. PERMENINFO no 15 tahun 2008 tentang Tatacara Penetapan Tarif Jasa Teleponi Dasar yang Disalurkan Melalui Jaringan Tetap
- [14]. PT. TELKOM, “Pojok dan Media”, <http://www.telkom.co.id/pojok-media/siaran-pers/>, Oktober 2009
- [15]. Asia securities, “Bisnis New Wave Tumbuh Signifikan”, <http://www.asiasecurities.co.id/sys12x/images/stories/Equity Research/>, Juli 2009
- [16]. PT. TELKOM, “Produk dan Layanan”, <http://www.telkom.co.id/produk-layanan/>, Oktober 2008