

DAFTAR ISI

HALAMAN SAMPUL	i
HALAMAN JUDUL	ii
HALAMAN PENGESAHAN	iii
HALAMAN PERNYATAAN ORISINILITAS.....	iv
PERSETUJUAN AKADEMIS	v
KATA PENGANTAR.....	vi
ABSTRAK..	viii
DAFTAR ISI	ix
DAFTAR GAMBAR.....	xii
DAFTAR TABEL	xiii
BAB I PENDAHULUAN	1
1.1 Gambaran Umum Objek Penelitian.....	1
1.1.1 Profil Indovision.....	2
1.1.2 Profil Top TV..	3
1.1.3 Profil Okevision.....	4
1.1.4 Profil PT. First Media Tbk	5
1.1.5 Profil PT. Indonusa Telemedia.....	6
1.2 Latar Belakang.....	7
1.3 Perumusan Masalah	13
1.4 Tujuan Penelitian	13
1.5 Kegunaan Penelitian	14
1.5.1 Aspek Teoritis.....	14
1.5.2 Aspek Praktis.....	14
1.6 Sistematika Penulisan Tugas Akhir	14
BAB II TINJAUAN PUSTAKA DAN LINGKUP PENELITIAN	16
2.1 Tinjauan Pustaka Penelitian.....	16
2.1.1 Pemasaran.....	16
2.1.2 Produk.....	16
2.1.3 Atribut Produk.	16

2.1.4	Perilaku Konsumen	17
2.1.5	Keputusan Pembelian	19
2.1.6	Preferensi Konsumen.....	21
2.2	Penelitian Terdahulu	23
2.3	Kerangka Pemikiran	29
2.4	Ruang Lingkup Penelitian	31
2.4.1	Lokasi dan Objek Penelitian.....	31
2.4.2	Waktu dan Periode Penelitian	31
BAB III METODOLOGI PENELITIAN		32
3.1	Jenis Penelitian	32
3.2	Variabel Operasional	32
3.2.1	Skala Pengukuran	38
3.3	Tahapan Penelitian.....	39
3.4	Populasi dan Sample.....	44
3.4.1	Populasi	44
3.4.2	Sample	45
3.4.2.1	Teknik Sampling	45
3.4.2.2	Ukuran Sample	45
3.5	Pengumpulan Data.....	48
3.5.1	Data Primer.....	48
3.5.2	Data Sekunder	48
3.6	Teknik Analisis Data dan Pengujian Hipotesis	48
3.6.1	Teknik Analisis Data	48
BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN..		50
4.1	Karakteristik Responden.....	50
4.2	Analisis Preferensi Konsumen dalam Memilih Televisi Berbayar.	57
4.2.1	Nilai Korelasi dan Signifikansi.....	58
4.2.2	Importance Values.	59
4.2.3	Utilities.....	62
4.3	Rekomendasi Alternatif Kombinasi Atribut Televisi Berbayar..	72
BAB V KESIMPULAN DAN SARAN..		76

5.1 Kesimpulan.....	76
5.2 Saran.....	76
5.2.1 Saran Bagi Perusahaan Televisi Berbayar.....	76
5.2.1 Saran Bagi Penelitian Selanjutnya.....	78
 DAFTAR PUSTAKA.....	 79