

DAFTAR ISI

HALAMAN JUDUL		
LEMBAR PENGESAHAN		
LEMBAR PERSEMBAHAN		
ABSTRAKSI		i
ABSTRACT		ii
KATA PENGANTAR		iii
DAFTAR ISI		iv
BAB I	PENDAHULUAN	
1.1	Latar Belakang Masalah	I-1
1.2	Perumusan Masalah	I-2
1.3	Tujuan Penelitian	I-2
1.4	Manfaat Penelitian	I-2
1.5	Batasan Penelitian	I-3
BAB II	LANDASAN TEORI	
2.1	Internet TELKOM Speedy	II-1
2.1.1	Keunggulan Internet TELKOM Speedy	II-1
2.1.2	Game Online TELKOM Speedy(GOTS)	II-1
2.1.3	Mekanisme Kerja dan cara penggunaan	II-2
2.1.4	Manfaat utama yang didapat pengguna	II-2
2.1.5	Sistem tarif internet TELKOM Speedy	II-3
2.2	Riset Pemasaran	II-3
2.2.1	Definisi Riset Pemasaran	II-3
2.2.2	Proses Riset Pemasaran	II-3
2.2.3	Penyusunan Rencana Riset	II-4
2.3	Analisis Perilaku Pembeli	II-4
2.3.1	Peranan Membeli (<i>Buying Roles</i>)	II-4
2.3.2	Tipe-Tipe Perilaku Membeli	II-4
2.4	Strategi Pemasaran	II-5
2.5	Pasar Potensial dan Pasar Tersedia	II-5
2.6	Segmentasi Pasar	II-5
2.7	Targetting	II-7
2.8	Positioning	II-8
BAB III	METODOLOGI PENELITIAN	
3.1	Model Konseptual	III-1
3.2	Sistematika Pemecahan Masalah	III-3
3.2.1	Identifikasi Masalah dan Penentuan Tujuan Penelitian	III-4
3.2.2	Studi Literatur	III-4
3.2.3	Studi Pendahuluan Objek Penelitian	III-4
3.2.4	Identifikasi Basis Segmentasi	III-4
3.2.5	Identifikasi Variabel Penelitian	III-6
3.2.5.1	Variabel Karakteristik Pasar	III-6
3.2.5.2	Variabel Perilaku Pasar	III-6
3.2.5.3	Variabel Tingkat Keminatan	III-6
3.2.5.4	Variabel Tingkat Kesiapan	III-6

	3.2.6	Desain Penelitian	III-7
	3.2.7	Penentuan Teknik/Metoda Pengumpulan Data	III-7
	3.2.8	Desain Kuisisioner	III-7
	3.2.9	Pengumpulan Data Primer	III-8
	3.2.10	Pengolahan Data	III-8
	3.2.11	Analisis Data	III-9
	3.2.12	Kesimpulan dan Saran	III-9
BAB IV		PENGUMPULAN DAN PENGOLAHAN DATA	
	4.1	Pengumpulan Data	IV-1
	4.1.1	Data Primer	IV-1
	4.1.2	Data Sekunder	IV-1
	4.2	Pengolahan Data	IV-1
	4.2.1	Pengkodean Kuisisioner	IV-1
	4.2.2	Pemasukan Data	IV-2
	4.2.3	Pengujian Validitas	IV-2
	4.2.4	Pengujian Reliabilitas	IV-3
	4.2.5	Analisis Cluster	IV-3
	4.2.5.1	Cluster Tingkat Keminatan	IV-4
	4.2.5.2	Cluster Tingkat Kesiapan	IV-6
	4.2.6	Penggunaan Fungsi IF Pada Microsoft Excel 2003	IV-7
	4.2.7	Hasil Segmentasi	IV-8
	4.2.8	Komposisi Masing-masing Segmen	IV-8
	4.2.	Ukuran Pasar(<i>Market Size</i>)	IV-8
BAB V		ANALISIS DATA	
	5.1	Situasi Pasar Potensial dan Pasar Tersedia	V-1
	5.2	Analisis Hasil Segmentasi	V-2
	5.2.1	Analisis Karakteristik Pasar	V-7
	5.2.2	Analisis Perilaku Pasar	V-8
	5.2.3	Profil Segmen Pasar dan Karakteristik Layanan GOTS	V-13
	5.3	Pasar Sasaran (<i>Targetting</i>)	V-17
	5.4	Posisi Pasar (<i>Positioning</i>)	V-19
	5.5	Ukuran Pasar(<i>Market Size</i>)	V-21
BAB VI		KESIMPULAN DAN SARAN	
	6.1	Kesimpulan	VI-1
	6.2	Saran	VI-2
	6.2.1	Saran Untuk Perusahaan	VI-2
	6.2.2	Saran Untuk Penelitian Selanjutnya	VI-3

Daftar Pustaka

LAMPIRAN

LAMPIRAN A
LAMPIRAN B
LAMPIRAN C