

DAFTAR TABEL

| | | |
|------------|--|--------|
| Tabel 2.1 | Perbandingan tarif..... | II – 1 |
| Tabel 4.1 | Tingkat keminatan untuk estimasi pasar potensial..... | IV – 2 |
| Tabel 4.2 | Tabulasi silang variabel minat dengan pendapatan perbulan..... | IV – 3 |
| Tabel 4.3 | Tabulasi silang variabel minat dengan biaya komunikasi perbulan..... | IV – 4 |
| Tabel 4.4 | Tabulasi silang variabel minat dengan frekuensi pakai SLI..... | IV – 4 |
| Tabel 4.5 | Hasil uji Chi-square | IV – 4 |
| Tabel 4.6 | Hasil uji kesiapan responden..... | IV – 5 |
| Tabel 4.7 | Pengelompokan segmen berdasarkan sarana SLI..... | IV – 6 |
| Tabel 4.8 | Karakteristik segmen pengguna sarana SLI TIC 007 | IV – 6 |
| Tabel 4.9 | Karakteristik keminatan segmen pengguna sarana SLI TIC 007 | IV – 6 |
| Tabel 4.10 | Karakteristik segmen pengguna sarana SLI 001 & 008 | IV – 7 |
| Tabel 4.11 | Karakteristik keminatan segmen pengguna sarana SLI 001 & 008 | IV – 7 |
| Tabel 4.12 | Faktor manfaat sarana SLI TIC 007..... | IV – 8 |
| Tabel 4.13 | Faktor manfaat sarana SLI TIC 001 & 008..... | IV – 8 |
| Tabel 5.1 | Segmentasi pasar berdasarkan sarana SLI..... | V – 2 |
| Tabel 5.2 | Profil segmen TIC 007 untuk variabel promosi..... | V – 4 |
| Tabel 5.3 | Profil segmen TIC 007 untuk variabel iklan..... | V – 4 |
| Tabel 5.4 | Kesan yang diingat dari iklan TIC 007..... | V – 7 |
| Tabel 5.5 | Pesan iklan produk TIC 007..... | V – 7 |
| Tabel 5.6 | Tingkat kesukaan terhadap iklan TIC 007..... | V – 7 |
| Tabel 5.7 | Tingkat keinginan menggunakan TIC 007..... | V – 8 |
| Tabel 5.8 | Media cetak yang mempengaruhi..... | V – 13 |
| Tabel 5.9 | Koran yang biasa dibaca..... | V – 13 |
| Tabel 5.10 | Media elektronik yang mempengaruhi..... | V – 14 |
| Tabel 5.11 | Stasiun TV yang sering ditonton..... | V – 14 |
| Tabel 6.1 | Karakteristik segmen pengguna sarana SLI TIC 007..... | VI - 1 |
| Tabel 6.2 | Karakteristik segmen pengguna sarana SLI 001 & 008..... | VI - 2 |