
DAFTAR ISI

HALAMAN JUDUL	
LEMBAR PENGESAHAN	
ABSTRAKSI	i
ABSTRACTS	ii
KATA PENGANTAR	iii
DAFTAR ISI	iv
DAFTAR GAMBAR	vii
DAFTAR TABEL	viii
BAB I PENDAHULUAN	
1.1. Latar Belakang	I – 1
1.2. Perumusan Masalah	I – 2
1.3. Tujuan Penelitian	I – 2
1.4. Manfaat Penelitian	I – 3
1.5. Batasan Masalah	I – 3
BAB II LANDASAN TEORI	
2.1. Third-Generation Mobile (3G).....	II – 1
2.1.1. Evolusi 3G.....	II – 1
2.1.2. Karakteristik layanan 3G	II – 2
2.1.3 High Speed Downlink Packet Access.....	II – 3
2.2. Harga.....	II – 4
2.3. Orientasi Konseptual dalam Penentuan Harga	II – 5
2.4. Perilaku Konsumen.....	II – 5
2.5. The Value Concept.....	II – 6
2.6. Customer Value	II – 7
2.7. Value Based Pricing	II – 9
2.8. Penentuan Kemauan Bayar Konsumen	II – 10
2.8.1. Persepsi Konsumen Terhadap Harga	II – 10
2.1.2. Mengestimasi Price Level Sensitivity.....	II – 10
2.9. Biaya	II – 10
2.10. Analisis Profitabilitas.	II – 10
BAB III METODOLOGI PENELITIAN	
3.1. Model Konseptual	III – 1
3.2. Kerangka Pemecahan Masalah	III – 1
3.2.2. Studi Pendahuluan.....	III – 4
3.2.2.1 Studi Pustaka	III – 4
3.2.2.2 Studi Objek Penelitian	III – 4
3.2.3. Pengumpulan Data	III – 4
3.2.3.1 Data Regulasi	III – 4
3.2.3.2 Data Tarif dan Karakteristik Layanan TELKOMSELFlash.....	III – 5
3.2.3.3 Data Tarif dan Karakteristik Layanan Pesaing	III – 5
3.2.3.4 Identifikasi Sampel Penelitian	III – 5
3.2.3.5 Data Kebijakan Perusahaan	III – 6
3.2.3.6 Design Kuesioner	III – 6
3.2.3.7 Survey Konsumen	III – 6

3.2.4.	Pengolahan Data	III – 6
3.2.4.1	Pengolahan Kuesioner	III – 6
3.2.4.2	Penentuan Perceived Value Layanan TELKOMSELFlash	III – 7
3.2.4.3	Penentuan Perceived Value Layanan INDOSAT BROADBAND 3.5 G	III – 7
3.2.4.4	Perbandingan Value	III – 7
3.2.4.5	Penentuan Strategi Tarif	III – 7
3.2.4.6	Penentuan Alternatif Tarif Level	III – 7
3.2.5.	Analisis dan kesimpulan	III – 8
3.2.5.1	Analisis Profitabilitas	III – 8
3.2.5.2	Penentuan Usulan Tarif Layanan	III – 8
3.2.5.3	Kesimpulan dan Saran	III – 8
 BAB IV PENGUMPULAN DAN PENGOLAHAN DATA		
4.1.	Karakteristik Layanan <i>TELKOMSELFlash</i>	IV – 1
4.2.	Tarif Layanan <i>TELKOMSELFlash</i>	IV – 2
4.3.	Karakteristik dan Tarif Layanan Pesaing.....	IV – 2
4.4.	Perancangan Kuesioner.....	IV – 3
4.4.1.	Identifikasi Sampel Penelitian.....	IV – 3
4.4.2.	Pemilihan Atribut Layanan <i>TELKOMSELFlash</i>	IV – 3
4.4.3	Output Survey	IV – 5
4.5.	Pelaksanaan Survey Konsumen.....	IV – 5
4.6.	Pengolahan Data Survey Konsumen.....	IV – 5
4.6.1	Pengolahan Data Awal.....	IV – 5
4.6.2	Profil Responden	IV – 7
4.6.3	Pengukuran Persepsi Kualitas (<i>Perceived Quality</i>).....	IV – 9
4.6.4	Pengukuran Persepsi Harga (<i>Perceived Price</i>).....	IV – 11
4.6.5	Perhitungan Value. (<i>Perceived Value</i>)	IV – 13
4.6.6	Customer Willingness To Pay.....	IV – 14
4.6.7	Data Regulasi.....	IV – 14
4.6.8	Data Kebijakan dan Tujuan Perusahaan.....	IV – 15
 BAB V ANALISIS DAN PEMBAHASAN		
5.1.	Analisis Profil Responden	V – 1
5.1.1	Pelanggan <i>TELKOMSELFlash</i>	V – 1
5.1.2	Pelanggan INDOSAT BROADBAND 3.5 G	V – 1
5.2	Analisis Perbandingan Value Antara <i>TELKOMSELFlash</i> dan INDOSAT BROADBAND 3,5 G.....	V – 2
5.3	Analisis Perbandingan Tingkat Kepentingan (Importance) dan Performansi (Performansi) Layanan <i>TELKOMSELFlash</i>	V – 2
5.4	Analisis Berdasarkan Customer Willingness To Pay.....	V – 4
5.4.1.	Paket Tarif Pay As You Go	V – 4
5.2.2.	Tarif Paket Akses 3 Jam.....	V – 5
5.2.3.	Tarif Paket Akses 24 Jam.....	V – 7
5.2.4.	Tarif Paket Bulanan 40 Jam.....	V – 8
5.2.5	Tarif Paket Bulanan 100 Jam	V – 10
5.2.6	Tarif Paket Bulanan 250 Jam	V – 11
5.5	Penentuan Strategi Harga.....	V – 13
5.5.1.	Strategi Tarif.....	V – 13
5.5.2	Strategi Tarif dengan Memperhatikan Strategi Diskon	V – 14

5.5.3	Strategi Tarif dengan Memperhatikan Tarif Pesaing	V – 18
5.5.4	Penentuan Usulan Tarif	V – 20

BAB VI KESIMPULAN DAN SARAN

6.1.	Kesimpulan	VI – 1
6.2.	Saran	VI – 2

DAFTAR PUSTAKA

LAMPIRAN

LAMPIRAN	A	LAYANAN <i>TELKOMSELFlash</i>.
LAMPIRAN	B	KETENTUAN TARIF LAYANAN
LAMPIRAN	C	DATA PESAING DAN PRODUK SUBSTITUSI
LAMPIRAN	D	RINGKASAN VARIABEL PENELITIAN
LAMPIRAN	E	PENKODEAN KUESIONER
LAMPIRAN	F	DATA MENTAH KUESIONER
LAMPIRAN	G	CUSTOMER WILLINGNESS TO PAY
LAMPIRAN	H	ANALISIS PROFITABILITAS
LAMPIRAN	I	KUESIONER PENELITIAN
LAMPIRAN	J	PENGOLAHAN KUESIONER PENELITIAN