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 (*Buying Roles*) 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 Karateristik 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 Kuisioner	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 Kuisioner	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(*Market Size*)	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 Karateristik Pasar	V-7
	5.2.2	Analisis Perilaku Pasar	V-8
	5.2.3	Profil Segmen Pasar dan Karateristik Layanan GOTS	V-13
	5.3	Pasar Sasaran (*Targetting*)	V-17
	5.4	Posisi Pasar (*Positioning*)	V-19
	5.5	Ukuran Pasar(*Market Size*)	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