DAFTAR ISI

LEMBAR PENGESAHAN i
LEMBAR PERSEMBAHAN ii
ABSTRACT iii
ABSTRAKSI iv
KATA PENGANTAR v
DAFTAR ISI vi
DAFTAR GAMBAR viii
DAFTAR TABEL ix
BAB I PENDAHULUAN
1.1. Latar Belakang Masalah I – 1
1.2. Perumusan Masalah I – 2
1.3. Tujuan Penulisan I – 3
1.4. Manfaat Penulisan I – 3
1.5. Batasan Masalah I – 3
BAB II STUDI PUSTAKA DAN LANDASAN TEORI
2.1. Studi Pustaka Produk TSBC II – 1
2.1.1 Latar Belakang TSBC II – 1
2.1.2 Pengertian TSBC II – 1
2.1.3 Detail Rancangan Layanan TSBC II – 1
2.1.3.a Produk Aplikasi Solusi II – 2
2.1.3.b P roduk Bersifat Feature II – 2
2.1.4 Konfigurasi Sistem TSBC II – 3
2.2. Landasan Teori II – 3
2.2.1 Riset Pemasaran II – 3
2.2.2 Konsep Pemasaran II – 4
2.2.3 Strategi Pemasaran II – 4
2.2.4 Segmentasi II – 4
2.2.4.a Pendekatan Segmentasi II – 5
2.2.4.b Syarat Segmen yang baik II – 6
2.2.5 Targeting II – 7
2.2.6 Positioning II – 8
2.2.7 Perilaku Konsumen II – 9
2.2.8 Preferensi Konsumen II – 9
2.2.9 Diagram Importance/Performance Matrik (IP Chart) II – 10
2.2.10 Ukuran Sampling II – 10
BAB III METODOLOGI PENELITIAN
3.1. Model Konseptual III – 1
3.2. Sistematika Pemecahan Masalah III – 2
3.2.1 Perumusan Masalah dan Tujuan Penelitian III – 3
3.2.2 Studi Pustaka dan Karakteristik layanan III – 3
3.2.3 Identifikasi medode Analisa III – 3
3.2.4 Identifikasi Variable Penelitian III – 3
3.2.5 Penentuan Metode Pengumpulan Data III – 4
3.2.6 Penentuan Alat dan Teknik Pengumpulan Data III – 4
3.2.7 Penentuan Responden Penelitian III – 5
3.2.8 Penentuan Sample Penelitian dan Teknik Sampling III – 5

		3.2.9 Desain Kuisioner	III – 5
		3.2.10 Pengkodean Kuisioner	III – 5
		3.2.11 Pengolahan data dan uji Validitas	III – 5
		3.2.12 Analisa Hasil Pengolahan Data	III – 7
		3.2.13 Kesimpulan dan Saran	III – 7
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 –2
	4.2.	Pengkodean Kuesioner	IV –2
	4.3.	Pengolahan Data	IV –3
		4.3.1. Uji Validitas dan Reliabilitas	IV –4
		4.3.2. Identifikasi Pasar Potensial	IV –4
		4.3.3. Identifikasi Pasar Tersedia	IV –5
		4.3.4. Identifikasi Segmentasi Pasar	IV –6
	4.4.	Metode Hirarki	IV –7
		4.4.1. Validasi Kluster	IV –8
		4.4.2. Interprestasi Karakteristik Segmen	IV –8
	4.5.	Identifikasi Karakteristik Pasar Tersedia Tiap Segmen	IV –9
	4.6.	Identifikasi Tingkat Ketertarikan Segmen Terhadap Layanan TSBC	IV –11
	4.7.	Identifikasi Prioritas Tingkat Kepentingan Variable Masing-Masing Segmen	IV –11
	4.8.	Identifikasi Manfaat Layanan TSBC Dan Preferensi Pasar Terhadap Kualitas Layanan	IV –12
BAB V	ANALISA		
	5.1.	Penentuan Pasar Potensial Layanan TSBC	V –1
	5.2.	Penentuan Pasar Tersedia Layanan TSBC	V –1
	5.3.	Analisa Segmen Pasar Untuk Layanan TSBC	V –2
		5.3.1. Analisis Basis Segmentasi	V –2
		5.3.2. Analisis Jumlah Segmen yang terbentuk	V –3
	5.4.	Analisis Layanan Segmen Untuk Layanan TSBC	V –3
	5.5.	Analisis Karakteristik Segmen Untuk Layanan TSBC	V –4
	5.6.	Diagram Importance / Performance Matrix (Ip Chart) Per –Segmen	V –11
	5.7.	Preferensi Calon Konsumen Tsbc Per Segmen	V –15
	5.8.	Analisa Preferensi Calon Pelanggan Tsbc Seluruh Segmen	V –16
	5.9.	Penentuan Pasar Sasaran Layanan TSBC	V –17
	5.10.	Upaya Positioning Layanan TSBC	V –18
BAB VI	KESIMPULAN DAN SARAN		
	6.1.	Kesimpulan	VI - 1
	6.2.	Saran	
		6.2.1. Saran Bagi Perusahaan	VI - 4
		6.2.2. Saran Bagi Penelitian Selanjutnya	VI - 4
DAFTAR PUSTAKA			x
LAMPIRAN			