DAFTAR ISI

ABSTRAK ..... **i**

ABSTRACT ..... **ii**

KATA PENGANTAR ..... **iii**

DAFTAR ISI ..... **v**

DAFTAR GAMBAR ..... **viii**

DAFTAR TABEL ..... **x**

DAFTAR SINGKATAN ..... **xi**

DAFTAR ISTILAH ..... **xii**

DAFTAR LAMPIRAN ..... **xiii**

BAB I PENDAHULUAN **1**

I.1 Latar Belakang 1

I.2 Perumusan Masalah 5

I.3 Tujuan Penelitian 6

I.4 Manfaat Penelitian 6

I.5 Batasan Penelitian 6

I.6 Sistematika Penulisan 7

BAB II LANDASAN TEORI **9**

II.1 Tarif 9

II.2 Tarif Sebagai Salah Satu Faktor Keunggulan 10

II.3 Faktor yang Perlu Dipertimbangkan dalam Menentukan Tarif 11

II.4 Customer Behavior 11

II.5 The Value Concept 13

II.6 Customer Value Map 14

II.7 Value Based Pricing 15

II.8 Price Sensitivity Meter 16

BAB III METODOLOGI PENELITIAN 17

III.1 Model Konseptual 17

III.2 Kerangka Pemecahan Masalah..... 19

III.2.1 Tahap Pendahuluan 20

III.2.1.1 Perumusan Masalah 20

III.2.1.2 Penetapan Tujuan..... 20

III.2.1.3 Studi Pendahuluan 20

III.2.2 Tahap Pengumpulan Data 21

III.2.2.1 Identifikasi Atribut Kualitas dan Tarif 21

III.2.2.2 Penyebaran Kuesioner..... 24

III.2.2.3 Pengumpulan Kuesioner 25

III.2.3 Tahap Pengelolahan dan Analisis Data..... 25

III.2.4 Penentuan Strategi Tarif 26

III.2.5 Rekomendasi Tarif Usulan..... 26

III.2.6 Kesimpulan dan Saran 26

BAB IV PENGUMPULAN DAN PENGOLAHAN DATA.....27

IV.1 Tahap Persiapan Pengumpulan Data 27

IV.1.1 Karateristik Produk SimPATI Loop 27

IV.1.2 Karateristik Produk Kompetitor Terdekat..... 31

IV.1.3 Pemilihan Atribut Kualitas dan Tarif..... 35

IV.1.4 Penyusunan Kuesioner Atribut 36

IV.1.5 Uji Validitas Isi 37

IV.1.6 Identifikasi Sampel Penelitian 37

IV.2 Penyebaran dan Pengumpulan Data 37

IV.3 Pengolahan Data..... 37

IV.3.1 Profil Responden 38
IV.3.2 Penentuan *Customer Value Map* 39
IV.3.3 Customer Willingness to Pay 42
IV.3.4 Price Sensitivity Meter 42
BAB V ANALISIS DATA 46
V.1 Analisis Profil dan Perilaku Responden 46
V.1.1 Responden SimPATI Loop 6 GB 46
V.1.2 Responden SimPATI Loop 12 GB 49
V.2 Analisis *Customer Value Map* 53
V.2.1 *Customer Value Map* SimPATI Loop Paket 6 GB dan produk Kompetitor (IM3) 53
V.2.2 Customer Value Map SimPATI Loop Paket 12 GB dan produk Kompetitor (IM3) 53
V.3 Analisis *Customer Willingness to Pay* 54
V.3.1 *Willingness to pay* SimPATI Loop 6 GB 54
V.3.2 *Willingness to pay* SimPATI Loop 12 GB 55
V.4 Penentuan Strategi Tarif 55
V.4.1 Penentuan Strategi Tarif SimPATI Loop Paket 6 GB 56
V.4.2 Penentuan Strategi Tarif SimPATI Loop Paket 12 GB 57
V.5 Rekomendasi Usulan Besaran Tarif 58
BAB VI KESIMPULAN DAN SARAN 60
VI.1 Kesimpulan 60
VI.2 Saran 61
VI.2.1 Saran Untuk Perusahaan 61
VI.2.2 Saran Untuk Peneliti Selanjutnya 61
DAFTAR PUSTAKA 62