

DAFTAR ISI

Halaman

HALAMAN SAMPUL	i
HALAMAN JUDUL	ii
HALAMAN PENGESAHAN	iii
ABSTRAK	iv
ABSTRACK	v
HALAMAN PERNYATAAN	vi
KATA PENGANTAR	vii
DAFTAR ISI	ix
DAFTAR TABEL	xiii
DAFTAR GAMBAR	xv
BAB I PENDAHULUAN	1
1.1 Gambaran Umum Objek Penelitian	1
1.1.1 Profil PT. Telekomunikasi Selular	1
1.1.2 Produk PT. Telekomunikasi Selular	3
1.2 Latar Belakang	3
1.3 Rumusan Masalah	15
1.4 Pertanyaan Penelitian	15
1.5 Tujuan Penelitian	16
1.6 Manfaat Penelitian	16
1.6.1 Aspek Teoritis	16
1.6.2 Aspek Praktis	16

1.7	Ruang Lingkup Penelitin.....	17
1.7.1	Lokasi dan Objek Penelitian	17
1.7.2	Waktu dan Periode Penelitian	17
1.8	Sistematika Penulisan.....	17
BAB II TINJAUAN PUSTAKA DAN LINGKUP PENELITIAN		19
2.1	Tinjauan Pustaka	19
2.1.1	Manajemen Pemasaran	19
2.1.2	Pemasaran	19
2.1.3	Bauran Promosi (<i>Promotion Mix</i>).....	20
2.1.4	<i>Sales Promotion</i>	21
2.1.5	<i>Bundling</i>	21
2.1.6	Penciptaan Nilai dari <i>Bundling</i>	22
2.1.7	Minat Beli	23
2.1.8	Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Minat Beli	24
2.1.9	Indikator Minat Beli	24
2.2.0	Hubungan Antar Variabel	25
2.2.1	Penelitian Terdahulu	25
2.2	Kerangka Pemikiran.....	34
2.3	Hipotesis Penelitian.....	36
2.4	Variabel dan Sub Variabel	37
BAB III METODE PENELITIAN		38
3.1	Karakteristik Penelitian	38
3.2	Alat Pengumpulan Data	39

3.3	Tahapan Penelitian	44
3.4	Populasi dan Sampel	44
3.5	Pengumpulan Data	46
3.6	Uji Validitas dan Reliabilitas	46
	3.6.1 Uji Validitas	46
	3.6.2 Uji Reliabilitas.....	49
3.7	<i>Method of Succesive Interval (MSI)</i>	49
3.8	Teknik Analisis Data	50
	3.8.1 Analisis Regresi Berganda	50
	3.8.2 Uji Asumsi Klasik	51
	3.8.3 Koefisien Determinasi	52
3.9	Pengujian Hipotesis	52
BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN.....		56
4.1	Identitas Responden	56
	4.1.1 Identitas Responden Berdasarkan Jenis Kelamin.....	56
	4.1.2 Identitas Responden Berdasarkan Usia	57
	4.1.3 Identitas Responden Berdasarkan Profesi	57
	4.1.4 Identitas Responden Berdasarkan Pendapatan perbulan	58
4.2	Analisis Tanggapan Responden	59
	4.2.1 Tanggapan Responden Mengenai Strategi <i>bundling</i>	59
4.3	Teknik Analisis Data	68
	4.3.1 Analisis Faktor	68
	4.3.2 Penentuan Jumlah Variabel Laten	70

4.3.3 Pembahasan Analisis Faktor	72
4.4 Analisis Preferensi Dominan.....	74
4.5 Pembahasan Secara Akademis	75
BAB V KESIMPULAN DAN SARAN	77
5.1 Kesimpulan.....	77
5.2 Saran.....	77
5.2.1 Saran Untuk Perusahaan.....	77
5.2.2 Saran Untuk Penelitian Selanjutnya	78
DAFTAR PUSTAKA	79