

DAFTAR ISI

LEMBAR PENGESAHAN	i
LEMBAR PERNYATAAN ORISINALITAS	ii
ABSTRAK	iii
<i>ABSTRACT</i>	iv
KATA PENGANTAR	v
DAFTAR ISI.....	vi
DAFTAR GAMBAR	x
DAFTAR TABEL.....	xi
DAFTAR ISTILAH	xiii
DAFTAR SINGKATAN DAN LAMBANG.....	xiv
BAB I PENDAHULUAN	1
I.1 Latar Belakang	1
I.2 Perumusan Masalah	7
I.3 Tujuan Penelitian	7
I.4 Batasan Penelitian	7
I.5 Manfaat Penelitian	8
I.6 Sistematika Penulisan	8
BAB II LANDASAN TEORI	10
II.1 <i>Positioning</i>	10
II.2 <i>Perceptual Mapping</i>	11
II.3 <i>Multidimensional Scaling (MDS)</i>	11
II.3.1 Perbandingan <i>Multidimensional Scaling (MDS)</i>	12
II.3.2 Langkah-Langkah Pelaksanaan <i>Multidimensional Scaling (MDS)</i>	13
II.4 Penelitian Terdahulu	16

II.5 Metode Pembanding	18
BAB III METODOLOGI PENELITIAN.....	21
III.1 Model Konseptual	21
III.2 Sistematika Pemecahan Masalah.....	22
III.2.1 Tahap Pendahuluan	24
III.2.2 Tahap Pengumpulan dan Pengolahan Data.....	25
III.2.2.1 Identifikasi Atribut Pemilihan <i>Internet Service Provider</i> (ISP)..	25
III.2.2.2 Identifikasi <i>Internet Service Provider</i> (ISP) di Kota/Kabupaten Bandung.....	25
III.2.2.3 Desain Kuesioner	26
III.2.2.4 Uji Validitas	26
III. 2.2.5 Penyebaran Kuesioner.....	27
III.2.2.6 Pengumpulan Data Kuesioner.....	28
III.2.2.7 Uji Reliabilitas	28
III.2.2.8 Pengolahan Data dengan MDS	29
III.2.3 Tahap Analisis dan Rekomendasi	30
III.2.4 Tahap Kesimpulan dan Saran.....	30
BAB IV PENGUMPULAN DAN PENGOLAHAN DATA.....	31
IV.1 Identifikasi Atribut Penelitian	31
IV.1.1 Penelitian Terdahulu	31
IV.1.2 Wawancara.....	31
IV.2 Desain Kuesioner	33
IV.3 Penyebaran Kuesioner.....	33
IV.4 Pengumpulan Data Kuesioner.....	34
VI.4.1 Rekapitulasi Profil Responden.....	35
IV.5 Uji Reabilitas.....	37

IV.6 Pengolahan Data dengan MDS	38
IV.7 Perceptual Map.....	40
BAB V ANALISIS DATA DAN REKOMENDASI	43
V.1 Analisis Data	43
V.1.1 Analisis Kondisi Persaingan.....	43
V.1.2. Analisis Jarak <i>Euclidean</i> Atribut <i>Internet Service Provider</i>	45
V.1.2.1 Analisis Jarak <i>Euclidean</i> Atribut Harga Paket Berlangganan.....	45
V.1.2.2 Analisis Jarak <i>Euclidean</i> Atribut Kesesuaian Paket Kuota dengan Kebutuhan.....	46
V.1.2.3 Analisis Jarak <i>Euclidean</i> Atribut Promosi yang Menarik.....	47
V.1.2.4 Analisis Jarak <i>Euclidean</i> Atribut Fitur-fitur yang ditawarkan	47
V.1.2.5 Analisis Jarak <i>Euclidean</i> Atribut Keandalan <i>Bandwidth</i>	48
V.1.2.6 Analisis Jarak <i>Euclidean</i> Atribut Jangkauan Area yang Luas	49
V.1.2.7 Analisis Jarak <i>Euclidean</i> Atribut Pelayanan <i>Customer Service</i> dengan Pelanggan	50
V.1.2.8 Analisis Jarak <i>Euclidean</i> Atribut Popularitas Merek	51
V.1.2.9 Analisis Jarak <i>Euclidean</i> Atribut Kecepatan Akses Internet	52
V.1.2.10 Analisis Jarak <i>Euclidean</i> Atribut Kecepatan <i>Download</i> dan <i>Upload</i>	53
V.1.2.11 Analisis Jarak <i>Euclidean</i> Atribut Kestabilan Kecepatan.....	54
V.1.2.12 Analisis Jarak <i>Euclidean</i> Atribut Keandalan Jaringan.....	55
V.1.2.13 Analisis Jarak <i>Euclidean</i> Atribut Sistem Pengamanan Jaringan Internet.....	56
V.1.2.14 Analisis Jarak <i>Euclidean</i> Atribut Kemudahan Melaporkan Keluhan.....	57
V.1.2.15 Analisis Jarak <i>Euclidean</i> Atribut Kemudahan Paket Berlangganan	58

V.1.2.16 Analisis Jarak <i>Euclidean</i> Atribut Kemudahan Registrasi dan Layanan	59
V.1.2.17 Analisis Jarak <i>Euclidean</i> Atribut Kecepatan Penanganan Komplain Pelanggan.....	60
V.1.2.18 Analisis Jarak <i>Euclidean</i> Atribut Kemudahan Mendapatkan Produk.....	61
V.1.3 Analisis <i>Perceptual Map Internet Service Provider</i>	62
V.1.4 Analisis Prioritas Perbaikan Atribut <i>Internet Service Provider MyNet</i> ..	64
V.1.5 Rekomendasi	67
V.1.5.1 Dasar Rekomendasi.....	67
V.1.5.2 Rekomendasi Akhir dan Tanggapan pihak MyNet.....	75
V.1.5.3 <i>Positioning MyNet</i>	79
BAB VI KESIMPULAN DAN SARAN	81
VI. 1 Kesimpulan	81
VI.2 Saran.....	82
DAFTAR PUSTAKA	83
LAMPIRAN.....	86