

DAFTAR ISI

	Halaman
HALAMAN JUDUL	i
HALAMAN PENGESAHAN	ii
HALAMAN PERNYATAAN	iii
KATA PENGANTAR	iv
ABSTRAK	v
ABSTRACT	vi
DAFTAR ISI	vii
DAFTAR GAMBAR	x
DAFTAR TABEL	xi
DAFTAR LAMPIRAN	xii
BAB I PENDAHULUAN	1
1.1 Gambaran Umum Objek Penelitian	1
1.1.1 IndiHome	2
1.1.2 Firstmedia	3
1.1.3 Biznet	4
1.2 Latar Belakang	5
1.3 Perumusan Masalah	11
1.4 Tujuan Penelitian	12
1.5 Manfaat Penelitian	12
1.5.1 Manfaat Akademis	12
1.5.2 Manfaat Praktis	12
1.6 Ruang Lingkup Penelitian	12
1.7 Sistematika Penulisan	12
BAB II KAJIAN PUSTAKA	15
2.1 Teori-teori Terkait Penelitian dan Penelitian Terdahulu	15
2.1.1 Pemasaran	15
2.1.2 Manajemen Pemasaran	15
2.1.3 Jasa	16
2.1.4 Pemasaran Jasa	16

2.1.5 Perilaku Konsumen.....	17
2.1.6 Preferensi	19
2.1.7 Atribut.....	25
2.2 Penelitian Terdahulu	29
2.3 Kerangka Pemikiran	36
BAB III METODOLOGI PENELITIAN.....	37
3.1 Jenis Penelitian	37
3.2 Operasional Atribut dan Skala Pengukuran.....	39
3.2.1 Operasional Atribut	39
3.5.2 Skala Pengukuran	42
3.3 Tahapan Penelitian.....	43
3.4.1 Populasi.....	45
3.4.2 Sampel	46
3.5 Teknik Pengumpulan Data	46
3.5.1 Data Primer	46
3.5.2 Data Sekunder.....	47
3.6 Uji Validitas dan Reliabilitas.....	47
3.6.1 Uji Validitas	47
3.6.2 Uji Reliabilitas	48
3.7 Teknik Analisis Data	49
3.7.1 Analisis Konjoin	49
3.7.2 Tahapan Analisis Konjoin	51
3.7.3 Menghitung Customer Value Index.....	56
BAB IV ANALISIS DAN PEMBAHASAN.....	57
4.1 Analisis Profil Responden	57
4.1.1 Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis Kelamin	57
4.1.2 Karakteristik Responden Berdasarkan Usia	58
4.1.3 Karakteristik Responden Berdasarkan Penghasilan	59
4.1.4 Karakteristik Responden Berdasarkan Lama Penggunaan Layanan	60
4.1.6 Karakteristik Responden Berdasarkan Tempat Tinggal	61
4.1.7 Karakteristik Responden Berdasarkan Pekerjaan	62
4.2 Hasil Uji Validitas	63

4.3 Hasil Analisis Konjoin.....	64
4.3.1 Nilai Utilitas.....	64
4.3.2 Importance Value.....	66
4.3.3 Kombinasi Antara Utilitas dan Importance Value.....	67
4.4 Pembahasan Atribut.....	68
4.4.1 Atribut Merek	69
4.4.2 Atribut Kecepatan Internet.....	70
4.4.3 Atribut Interactive TV	71
4.4.4 Atribut Produk Tambahan	73
4.4.5 Atribut Harga Layanan	74
4.5 Analisis Implikasi Manajerial.....	75
4.5.1 Implikasi Manajerial Atribut Merek	77
4.5.2 Implikasi Manajerial Atribut Kecepatan Internet	78
4.5.3 Implikasi Manajerial Atribut Interactive TV	79
4.5.4 Implikasi Manajerial Atribut Produk Tambahan.....	80
4.5.5 Implikasi Manajerial Atribut Harga Layanan	81
BAB V KESIMPULAN DAN SARAN.....	82
5.1 Kesimpulan	82
5.2 Saran	83
DAFTAR PUSTAKA.....	84
LAMPIRAN	89