

DAFTAR ISI

<u>HALAMAN JUDUL</u>	2
<u>HALAMAN PENGESAHAN</u>	ii
<u>HALAMAN PERNYATAAN</u>	iii
<u>KATA PENGANTAR</u>	iv
<u>ABSTRAK</u>	v
<u>DAFTAR ISI</u>	vi
<u>DAFTAR GAMBAR</u>	ix
<u>DAFTAR TABEL</u>	x
<u>BAB I PENDAHULUAN</u>	11
<u>1.1 Gambaran Umum Objek Penelitian</u>	11
<u>1.2 Latar Belakang Penelitian</u>	11
<u>1.3 Rumusan Masalah</u>	16
<u>1.4 Tujuan Penelitian</u>	16
<u>1.5 Manfaat Penelitian</u>	17
<u>1.6 Sistem Penelitian Tugas Akhir</u>	17
<u>BAB II TINJAUAN PUSTAKA</u>	19
<u>2.1 Teori dan Penelitian terdahulu</u>	19
<u>2.1.1 Teori Permintaan</u>	19
<u>2.1.2 Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Permintaan</u>	20
<u>2.1.3 Elastisitas Permintaan</u>	22
<u>2.1.4 Pendapatan</u>	23
<u>2.1.5 Jumlah Anggota Keluarga</u>	23
<u>2.2 Penelitian terdahulu</u>	23
<u>2.3 Kerangka Pemikiran</u>	36
<u>2.4 Hipotesis Penelitian</u>	36
<u>BAB III METODE PENELITIAN</u>	38
<u>3.1 Jenis Penelitian</u>	38
<u>3.2 Operasionalisasi Variabel</u>	39

<u>3.3 Tahapan Penelitian</u>	40
<u>3.4 Populasi dan Sampel Penelitian</u>	43
<u>3.4.1 Populasi</u>	43
<u>3.4.2 Sampel</u>	43
<u>3.5 Pengumpulan Data dan Sumber Data</u>	44
<u>3.5.1 Data primer</u>	44
<u>3.5.2 Data sekunder</u>	44
<u>3.6 Teknik Analisis Data</u>	44
<u>3.6.1 Analisis Regresi Linear Berganda</u>	44
<u>3.6.2 Uji Asumsi Klasik</u>	45
<u>3.7 Pengolahan Data</u>	46
<u>3.7.1 Uji t</u>	46
<u>3.7.2 Uji F</u>	46
<u>BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN</u>	48
<u>4.1 Analisis Deskriptif Data Penelitian</u>	48
<u>4.2 Uji Asumsi Klasik</u>	48
<u>4.2.1 Uji Normalitas</u>	48
<u>4.2.2 Uji Heteroskedastisitas</u>	50
<u>4.2.3 Uji Multikolinearitas</u>	51
<u>4.3 Metode Analisis Ordinary Least Square (OLS)</u>	52
<u>4.4 Uji t</u>	55
<u>4.5 Uji F</u>	57
<u>4.6 Uji Koefisien Determinasi</u>	58
<u>4.7 Pembahasan</u>	59
<u>4.7.1 Pengaruh Variabel Harga Berlangganan Internet Terhadap Permintaan Untuk Berlangganan Internet</u>	59
<u>4.7.2 Pengaruh Variabel Pendapatan Terhadap Permintaan Untuk Berlangganan Internet</u>	59
<u>4.7.3 Pengaruh Variabel Pendidikan Terakhir Terhadap Permintaan Untuk Berlangganan Internet</u>	60
<u>4.7.4 Pengaruh Variabel Jumlah Anggota Keluarga Terhadap Permintaan Untuk Berlangganan Internet</u>	60

<u>4.7.5 Pengaruh Variabel Usia Terhadap Permintaan Untuk Berlangganan Internet</u>	60
<u>4.7.6 Pengaruh Harga, Pendapatan, Pendidikan Terakhir, Jumlah anggota keluarga, dan Usia Terhadap Permintaan Berlangganan Internet</u>	60
<u>BAB V KESIMPULAN DAN SARAN</u>	62
<u>5.1 Kesimpulan</u>	62
<u>5.2 Saran</u>	62
<u>DAFTAR PUSTAKA</u>	63
<u>LAMPIRAN I HASIL OUTPUT SPSS</u>	66