

## DAFTAR ISI

	Halaman
<b>HALAMAN LEMBAR PENGESAHAN</b> .....	i
<b>KATA PENGANTAR</b> .....	ii
<b>DAFTAR ISI</b> .....	v
<b>DAFTAR TABEL</b> .....	viii
<b>DAFTAR GAMBAR</b> .....	x
<b>DAFTAR LAMPIRAN</b> .....	xi
<b>BAB I PENDAHULUAN</b> .....	1
A. Latar Belakang Masalah .....	1
B. Rumusan Masalah .....	5
C. Pembatasan Masalah .....	5
D. Tujuan dan Kegunaan Penelitian .....	6
<b>BAB II LANDASAN TEORI</b> .....	8
A. Pengertian Pemasaran .....	8
B. Pengertian Manajemen Pemasaran .....	10
C. Perilaku Konsumen .....	11
C.1 Faktor-faktor yang Mempengaruhi Perilaku Konsumen .....	12
D. Persepsi .....	16
D.1 Proses Persepsi .....	18
D.2 Karakteristik Stimuli yang Mempengaruhi Persepsi ...	19

D.3 Karakteristik Konsumen yang Mempengaruhi	
Persepsi .....	20
D.4 Persepsi Terhadap Kualitas Produk .....	22
D.5 Persepsi Tentang Alat Komunikasi .....	23
E. Proses Keputusan Pembelian .....	24
F. GSM dan CDMA .....	26
<b>BAB III METODOLOGI PENELITIAN .....</b>	<b>29</b>
A. Gambaran Umum Perusahaan .....	29
A.1 Sejarah Singkat PT. Bakrie Telecom, Tbk .....	29
A.2 Misi dan Visi PT. Bakrie Telecom, Tbk .....	30
A.3 Jenis – jenis Produk dan Layanan .....	31
B. Metode Penelitian .....	33
C. Sampel Penelitian .....	33
D. Definisi Operasional Variabel .....	33
E. Metode Pengumpulan Data .....	34
F. Metode Analisis Data .....	36
<b>BAB IV ANALISIS FASIL DAN PEMBAHASAN .....</b>	<b>37</b>
A. Analisis Karakteristik Responden .....	37
B. Analisis Persepsi GSM dan CDMA .....	40
C. Analisis Persepsi CDMA Esia .....	47
D. Analisis Faktor .....	54
E. Analisis <i>Crosstabs</i> Persepsi Pelanggan GSM Dikaitkan	
Dengan Persepsi Pelanggan CDMA .....	58

F. Analisis Faktor CDMA Esia .....	65
<b>BAB V KESIMPULAN DAN SARAN</b> .....	68
A. Kesimpulan .....	68
B. Saran .....	69
<b>DAFTAR PUSTAKA</b>	
<b>LAMPIRAN</b>	

# Jaws PDF Creator

EVALUATION  
VALUTAZIONE  
EVALUATION  
EVALUACIÓN  
EVALUATION  
.....