

DAFTAR ISI

	Halaman
JUDUL	i
ABSTRACT	ii
ABSTRAK	iii
PENGESAHAN	iv
PERNYATAAN	v
KATA PENGANTAR	vi
DAFTAR ISI	vii
DAFTAR TABEL	viii
DAFTAR GAMBAR	ix
DAFTAR GRAFIK	x
DAFTAR DIAGRAM	xi
DAFTAR SINGKATAN	xii
DAFTA LAMPIRAN	xiii
BAB I PENDAHULUAN	
1.1 Latar Belakang	1
1.2 Pembatasan Masalah	7
1.3 Perumusan Masalah	7
1.4 Tujuan Penelitian	8
1.5 Manfaat Penelitian	8
1.6 Sistematika Penulisan	9
BAB II DESKRIPSI TELEKOMUNIKASI	
2.1 PT.Telkomsel	11
2.2 PT. Indosat	14
2.3 PT. Exelcom	18
2.4 PT. Mobile 8	22
2.5 PT. Bakrie Telekom	24

BAB III TINJAUAN PUSTAKA

3.1 Sim Card	26
3.2 Merek	29
3.2.1 Manfaat Merek	31
3.3 Brand Equity	32
3.3.1 Brand Awareness	33
3.3.1.1. Top of Mind Merek	33
3.3.1.2 Top of Mind Iklan	34
3.4 Asosiasi Merek	34
3.5 Persepsi Kualitas Merek	36
3.6 Persepsi Merek Terbaik	37
3.7 Brand Loyalty Segmentation	38
3.8 Product Penetration	40
3.9 Brand Usage	40
3.10 Brand Satisfaction Index	40
3.11 Brand Recommendation	41
3.12 Gain Index	41
3.13 Future Brand	41
3.14 Brand Value	42

BAB IV METODE PENELITIAN

4.1 Jenis Penelitian	43
4.2 Objek Penelitian dan Jadwal Penelitian	43
4.3 Teknik Pengumpulan Data	45
4.4 Populasi dan Sampel	46
4.5 Konsep dan Variabel Operasi	49
4.6 Gambaran Umum Responden dan Sampel	54
4.6.1 Responden Menurut Jenis Kelamin	54
4.6.2 Responden Menurut Kelompok Usia	55
4.6.3 Responden Menurut Tingkat Pendidikan	56
4.6.4 Responden Menurut Kelas Sosial Ekonomi	56
4.7 Kerangka Berfikir	58

4.8 Sampling Teknik	59
4.9 Pembobotan	59
4.10 Quality Control	60
4.11 Preparation	60
4.12 Data Collection	61
4.13 Data Entry	61
4.14 Pengolahan Data	62
4.15 Sumber Data	62
4.16 Teknik Analisa Data	63

BAB V HASIL PENELITIAN

5.1 Brand Performance	64
5.1.1 Top of Mind Merek	65
5.1.1.1 Perbandingan TOM Merek Hasil Brand Survei 2005 & 2006.	65
5.1.1.2 TOM Merek Hasil Brand Survei 2006	66
5.1.2 Top of Mind Iklan	69
5.1.2.1 Perbandingan TOM Iklan Hasil Brand Survei 2005 & 2006	70
5.1.2.2 TOM Iklan Hasil Brand Survei 2006	71
5.2 Asosiasi Merek	74
5.3 Persepsi Kualitas Merek	76
5.4 Persepsi Merek Terbaik	77
5.4.1 Perbandingan Merek Terbaik Hasil Brand Survei 2005 & 2006	77
5.4.2 Persepsi Merek Terbaik Brand Survei 2006	78
5.5 Product Penetration	81
5.6 Brand Usage	84
5.6.1 Merek yang dimiliki	84
5.6.1.1 Perbandingan Merek yang dimiliki Brand Survei 2005&2006 ...	84
5.6.1.2 Perbandingan Merek yang dimiliki Brand Survei 2006	85
5.6.1.3 Waktu Kepemilikan Produk	88
5.6.1.4 Jumlah Kepemilikan Produk	91

5.7 Market Share	94
5.7.1 Jumlah Pemilik dan Jumlah Produk	94
5.7.2 Perbandingan Market Share Hasil Brand Survei 2005 & 2006	96
5.7.3 Market Share 2006	96
5.7.4 Waktu Pembelian Sim Card Prabayar 2006	96
5.8 Brand Satisfaction Index	103
5.9 Brand Loyalty Segementation	105
5.9.1 Perbandingan Brand Loyalty Segmentation Hasil Brand Survei 2005& 2006	106
5.9.2 Brand Loyalty Segmentation Hasil Brand Survei 2006	107
5.10 Brand Recommendation	110
5.11 Gain Index dan Market Share Projection	112
5.12 Future Brand	113
5.12.1 Rencana Pembelian Sim Card	114
5.12.2 Merek Sim Card yang akan dibeli	115
5.13 Brand Value	119
5.13.1 Perbandingan Brand Value 2005 dan 2006	120
5.13.2 Brand Value Survei 2006	121
BAB VI KESIMPULAN	
DAFTAR PUSTAKA	123
LAMPIRAN	