

## DAFTAR ISI

HALAMAN JUDUL.....	i
LEMBAR PERSETUJUAN.....	ii
LEMBAR PENGESAHAN .....	iii
ABSTRAKSI .....	iv
KATA PENGANTAR .....	v
DAFTAR ISI.....	viii
DAFTAR TABEL.....	xi
DAFTAR GAMBAR .....	xiii
DAFTAR LAMPIRAN.....	xiv
<b>BAB I     PENDAHULUAN</b>	
A. Latar Belakang .....	1
B. Identifikasi Masalah dan Pembatasan Masalah.....	3
C. Perumusan Masalah .....	4
D. Tujuan Penelitian .....	5
E. Manfaat Penelitian .....	5
F. Sistematika Penulisan .....	6
<b>BAB II    LANDASAN TEORI</b>	
A. Pengertian Segmentasi .....	8
B. Mensegmentasi Pasar Konsumen.....	10
C. Manfaat Segmentasi Pasar .....	14

D. Keuntungan Melakukan Segmentasi Pasar .....	15
E. Pola Segmentasi Pasar.....	16
F. Langkah – Langkah dalam Proses Segmentasi Pasar .....	16
G. Syarat – syarat Segmen yang Baik.....	18
H. Pengertian Produk .....	19
I. Pengertian Perilaku Konsumen .....	22
J. Proses Pengambilan Keputusan .....	22
K. Pengertian GSM .....	25
L. Kerangka Pikir Penelitian .....	27
M. Hipotesis.....	30

### **BAB III METODE PENELITIAN**

A. Tempat dan Waktu Penelitian .....	31
B. Jenis dan Sumber Data .....	31
C. Populasi dan Sampel .....	32
D. Metode Pengumpulan Data.....	33
E. Metode Analisis Data.....	33
F. Definisi Operasional Variabel.....	36

### **BAB IV GAMBARAN UMUM PERUSAHAAN**

A. Sejarah Perkembangan Telkomsel .....	41
B. Sejarah Perkembangan Indosat .....	42
C. Sejarah Perkembangan XL.....	44
D. Sejarah Perkembangan Axis .....	47

E. Sejarah Perkembangan Three.....	47
<b>BAB V HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN</b>	
A. Hasil Uji Reliabilitas .....	49
B. Tabulasi Silang Mengenai Karakteristik Demografi, Psikografi, Dan Perilaku Konsumen Dengan Pemilihan Kartu GSM Di Kota Rangkasbitung. ....	49
C. Rekapitulasi Hasil Output .....	76
<b>BAB VI KESIMPULAN DAN SARAN</b>	
A. Kesimpulan .....	79
B. Saran.....	80
<b>DAFTAR PUSTAKA .....</b>	<b>82</b>
<b>LAMPIRAN .....</b>	<b>83</b>