

2.1.3.2 Model Pengambilan Keputusan Menggunakan operator CDMA	30
2.1.3.3 Faktor yang Mempengaruhi Prilaku Pengguna Operator CDMA	31
2.1.3.4 Peran Konsumen Dalam Menggunakan operator CDMA	34
2.1.3.5 Jenis-Jenis Tingkah Laku Menggunakan operator CDMA	35
2.1.3.6 Tahap-tahap Pengambilan Keputusan	36
2.1.4 Pengaruh <i>co-branding</i> dan Tarif Terhadap Keputusan Menggunakan	45
2.1.5 Resume Hasil Penelitian Terdahulu	47
2.2 Kerangka Pemikiran	49
2.3 Hipotesis	57
BAB III OBJEK DAN METODE PENELITIAN	58
3.1 Objek Penelitian	58
3.2 Metode Penelitian.....	58
3.2.1 Jenis Penelitian dan Metode yang Digunakan	58
3.2.2 Operasionalisasi Variabel	59
3.2.3 Jenis dan Sumber Data	62
3.2.4 Populasi, Sampel dan Teknis Sampel	64
3.2.4.1 Populasi	64
3.2.4.2 Sampel.....	65
3.2.4.3 Teknik Sampel	66

3.2.5 Teknik Pengumpulan Data	68
3.2.6 Hasil Pengujian Validitas dan Reliabilitas	69
3.3 Teknik Analisis Data dan Pengujian Hipotesis	74
BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN	82
4.1 Profil Perusahaan.....	82
4.1.1 PT Mobile-8 Telecom Tbk.....	82
4.1.2 Karakteristik Demografi, Pengalaman dan keterikatan pengguna operator CDMA fren.....	92
4.1.2.1 Berdasarkan Jenis Kelamin dan Usia	92
4.1.2.2 Berdasarkan Jejang Pendidikan, Jenis Kelamin dan Pandapatan/Uang Saku	94
4.1.3 Pengalaman Pengguna CDMA Fren.....	97
4.1.3.1 Sumber Informasi yang Diperoleh	97
4.1.3.2 Alasan Menggunakan CDMA Fren	98
4.1.3.3 Teknologi Telekomunikasi Berbasis Digital	99
4.1.3.4 Tehnik Pemakaian Nomor <i>Hand Set</i>	101
4.1.3.5 Operator GSM yang Pernah/Masih Digunakan	102
4.1.3.6 Operator CDMA yang Pernah/Masih Digunakan	104
4.1.3.7 Jenis Pembayaran Pulsa	105
4.1.3.8 Pengeluaran Pulsa Perbulan.....	106
4.1.3.9 Lama Menggunakan CDMA Fren.....	107
4.1.3.10 Penilaian Pengguna Terhadap <i>co-branding</i>	108
4.2 <i>Co-branding</i> dan Tarif Terhadap Keputusan Menggunakan CDMA Fren.....	109
4.3 <i>Co-branding</i> operator CDMA Fren.....	110

4.3.1	<i>Reach Awareness Co-Branding Fren</i>	110
4.3.2	<i>Value Endorsement Co-Branding Fren</i>	111
4.3.3	Keterkaitan Antara Pekerjaan dan Pendapatan Terhadap <i>Co-branding</i>	114
4.4	Tarif Operator CDMA Fren	115
4.4.1	Tarif Berdasarkan Persaingan	115
4.4.2	Tarif Berdasarkan Nilai	116
4.4.3	Keterkaitan Antara Pekerjaan dan Pendapatan Terhadap Tarif Operator CDMA Fren	118
4.5	Keputusan Menggunakan Operator CDMA Fren	120
4.5.1	Keputusan Menggunakan Berdasarkan Pilihan Produk	120
4.5.2	Keputusan Menggunakan Berdasarkan Pilihan Merek	122
4.5.3	Keputusan Menggunakan Berdasarkan Saluran Pembelian	123
4.5.4	Keputusan Menggunakan Berdasarkan Waktu Pembelian	124
4.5.5	Keputusan Menggunakan Berdasarkan Frekuensi Pembelian	125
4.5.6	Keterkaitan Antara Pekerjaan dan Pendapatan Terhadap Keputusan Menggunakan	126
4.6	Pengujian Hipotesis Penelitian	127
4.6.1	Pengaruh <i>Co-Branding</i> dan Tarif Terhadap Keputusan Menggunakan Operator CDMA Fren	127
4.7	Implikasi Hasil Penelitian	133
4.7.1	Implikasi Hasil Temuan Penelitian	133
4.7.1.1	Temuan yang Bersifat Empirik Deskriptif	133
4.7.1.2	Temuan yang Bersifat Teoritik Verifikatif	134

4.7.2 Implikasi Pendidikan Penelitian Terhadap Pendidikan	
Manajemen Bisnis	135
BAB V KESIMPULAN DAN REKOMENDASI.....	139
5.1 Kesimpulan	139
5.2 Rekomendasi	142
DAFTAR PUSTAKA.....	144
LAMPIRAN	

