

ABSTRAK

Perkembangan teknologi informasi dapat membantu perolehan informasi yang cepat. Informasi merupakan hal penting yang dibutuhkan oleh setiap orang yang dapat membantu pelaksanaan tugasnya sehari-hari, oleh sebab itu informasi yang terakurat dan terkini dapat kita temui melalui sarana internet. Wi-Fi merupakan salah satu solusi tepat yang dapat digunakan untuk memperoleh informasi terkini dan akurat melalui internet.

Penelitian ini dilakukan untuk mengetahui faktor-faktor apakah yang secara signifikan mempengaruhi efektifitas penggunaan Wi-Fi di Jakarta. Proses pengidentifikasian efektifitas penggunaan Wi-Fi dilakukan dengan menyebarkan kuesioner kepada orang-orang yang berada di café, mal ,hotel, bandara atau lokasi yang mempunyai fasilitas Wi-Fi, dan hasil kuesioner yang terkumpul tersebut kemudian dianalisis dengan metode regresi berganda dan uji statistik dengan menggunakan perangkat lunak SPSS versi 12.0. Faktor-faktor yang diuji signifikansi pengaruhnya terhadap efektifitas adalah harga (price), fasilitas (fasilities), servis (services), lokasi (location), teknologi (technology).

Hasil pengolahan analisis kuesioner pada taraf signifikan 5% (tingkat kepercayaan 95%) menunjukkan bahwa faktor yang berpengaruh secara signifikan terhadap efektivitas penggunaan Wi-Fi adalah faktor harga, dan faktor lokasi.

Kata kunci : Efektifitas, Wireless, Wi-Fi, Jaringan, Produk Baru, Bauran Pemasaran

DAFTAR ISI

Halaman Judul	i
Halaman Pernyataan	ii
Persetujuan Pembimbing	iii
KATA PENGANTAR	iv
ABSTRAK	vi
DAFTAR ISI	vii
DAFTAR TABEL	x
DAFTAR GAMBAR	xi
BAB 1 PENDAHULUAN	
1.1 Latar Belakang	1
1.2 Rumusan Permasalahan	2
1.3 Tujuan dan Manfaat	3
1.4 Ruang Lingkup Pembahasan	4
BAB 2 KAJIAN LITERATUR	
2.1 Local Area Networking (LAN)	5
2.2 Wireless LAN	8
2.3 Internet	9
2.4 Pengertian Marketing	12
2.5 Pengertian Bauran Pemasaran	13
2.5.1 Produk	14
2.5.1.1 Produk Baru	17
2.5.1.2 Faktor Penghambat Pengembangan Produk Baru	19
2.5.1.3 Proses Mengadopsi Produk Baru	20
2.5.2 Harga	20
2.5.3 Saluran Pemasaran	21
2.5.4 Promosi	23
2.6 Perilaku Konsumen	24

2.7 Faktor Yang Mempengaruhi Pembelian	28
2.8 Pengukuran Efektifitas	33
BAB 3 Metodologi Penelitian	
3.1 Metode Pengumpulan Data	36
3.1.1 Populasi 36	
3.1.2 Sampel 37	
3.1.3 Instrumen Pengumpulan Data	38
3.1.4 Waktu dan Tempat Penelitian	39
3.2 Validitas dan Reliabilitas	39
3.2.1 Validitas	39
3.2.2 Reliabilitas	40
3.3 Data Analisis	42
3.3.1 Model Analisis	42
3.3.2 Variabel Penelitian	42
3.3.3 Hipotesis	44
3.3.4 Analisis Statistik	47
3.3.4.1 Analisis Regresi Linear Berganda	47
3.3.4.2 Uji Koefisien Regresi Simultan (Uji F)	48
3.3.4.3 Uji Koefisien Regresi Secara Individual (Uji t)	49
BAB 4 HASIL DAN PEMBAHASAN	
4.1 Profil Responden	50
4.1.1 Profil Jenis Kelamin	51
4.1.2 Profil Usia Responden	51
4.1.3 Profil Latar Belakang Pendidikan Responden	52
4.1.4 Profil Pekerjaan Responden	53
4.1.5 Profil Jenis Pekerjaan Responden	53
4.1.6 Profil Tingkat Pendapatan Reponden	54
4.1.7 Profil Pengetahuan IT Responden	55
4.1.8 Profil Informasi Lokasi <i>Wi-Fi</i>	56
4.1.9 Profil Lokasi Menggunakan <i>Wi-Fi</i>	57
4.1.10 Profil Lama Penggunaan <i>Wi-Fi</i>	57

4.2 Validitas dan Reliabilitas	58
4.2.1 Uji Validitas	58
4.2.2 Uji Reliabilitas	60
4.3 Penyajian Data Penelitian	60
4.4 Pengujian Hipotesis	65
4.5 Pembahasan Hasil Penelitian	74
BAB 5 KESIMPULAN DAN SARAN	
5.1 Kesimpulan	80
5.2 Saran	81
DAFTAR ACUAN	83
DAFTAR PUSTAKA	84
LAMPIRAN	L1
RIWAYAT HIDUP	