

DAFTAR ISI

	Halaman
Halaman Pengesahan	i
Halaman Motto	ii
Halaman Persembahan	iii
Intisari	iv
Abstract	v
Kata Pengantar	vi
Daftar Isi	viii
Daftar Tabel	xi
Daftar Gambar	xiv
Daftar Lampiran	xvi
 BAB I PENDAHULUAN	
1.1 Latar Belakang	1
1.2 Perumusan Masalah	4
1.3 Tujuan dan Kegunaan Penelitian	4
1.3.1 Tujuan Penelitian	4
1.3.2 Kegunaan Penelitian	5
1.4 Telaah Pustaka	5
1.4.1 Pendekatan Keruangan dan Kompleks Wilayah dalam Geografi	5
1.4.2 Konsep Pelayanan	6
1.4.3 Teori Lokasi	8
1.4.4 Teori Perkembangan Kota	12
1.5 Kerangka Penelitian	15
1.6 Hipotesis	21
 BAB II METODE PENELITIAN	
2.1 Pemilihan Daerah Penelitian	22
2.2 Unit Analisis yang Digunakan	23
2.3 Variabel Penelitian	29
2.4 Pengukuran Variabel	31
2.5 Jenis dan Sumber Data	33
2.5.1 Data Sekunder	33
2.5.2 Data Primer	33
2.6 Analisis Data	35

BAB III DESKRIPSI WILAYAH PENELITIAN

3.1	Karakteristik Daerah Penelitian	44
3.1.1	Letak, Luas dan Batas	44
3.1.2	Jumlah dan Kepadatan Penduduk	49
3.1.3	Rumah Tangga Pertanian	52
3.1.4	Fasilitas Pelayanan	54
3.1.5	Penggunaan Lahan	58
3.1.6	Kualitas Ekonomi Penduduk	62
3.1.7	Aksesibilitas Wilayah	65
3.2	Tingkat Kekotaan	68

BAB IV DESKRIPSI OBYEK PENELITIAN

4.1	Internet dan Jaringan Komputer	71
4.1.1	Jaringan Komputer	71
4.1.2	Konsep Internet	73
4.2	Manfaat Internet	76
4.2.1	Secara Umum	76
4.2.2	Dunia Bisnis	77
4.2.3	Riset dan Pengembangan	78
4.3	Teknologi Warung Internet	78
4.4	Gambaran Umum Warnet di Wilayah Penelitian	83
4.4.1	Perkembangan Warnet	83
4.4.2	Teknologi yang Digunakan	86
4.5	Tipologi Warung Internet	89
4.5.1	Kriteria dan Asumsi Dasar	89
4.5.2	Tipe-tipe Warnet	91
4.5.3	Profil Tipe Warnet	92
4.5.4	Distribusi Spasial Tipologi Warnet	98
4.6	Profil Konsumen Warnet	100

BAB V ANALISIS FAKTOR-FAKTOR YANG MEMPENGARUHI POLA SEBARAN WARNET

5.1	Analisis Pola Sebaran Warnet	106
5.2	Analisis Pola Sebaran Kampus	111
5.3	Analisis Faktor Geografis	115
5.3.1	Metode yang Digunakan	115
5.3.2	Hasil Analisis Regresi	119
5.3.3	Kesimpulan Awal	128
5.4	Analisis Preferensi Lokasi	130
5.4.1	Hasil Analisis Distribusi Frekuensi	130

5.4.2	Hasil Analisis <i>Chi Square</i>	136
5.5	Analisis Persepsi Konsumen (Pengguna/ <i>Netter</i>)	138
5.5.1	Hasil Analisis Deskriptif Statistik	139
5.5.2	Hasil Analisis Regresi Berganda <i>Dummy Variable</i> ..	143
5.6	Analisis Komparatif	145
 BAB VI KESIMPULAN DAN IMPLIKASI TERHADAP PENGEMBANGAN WILAYAH		
6.1	Kesimpulan	151
6.2	Implikasi Terhadap Pengembangan Wilayah	156
DAFTAR PUSTAKA		158
DAFTAR ISTILAH		161
LAMPIRAN		