

DAFTAR ISI

	Halaman
HALAMAN JUDUL	i
LEMBAR PERSETUJUAN	ii
LEMBAR PENGESAHAN	iii
KATA PENGANTAR.....	iv
HALAMAN ABSTRAK	vii
HALAMAN <i>ABSTRACT</i>	viii
DAFTAR ISI.....	xi
DAFTAR TABEL.....	xii
DAFTAR GAMBAR.....	xiii
DAFTAR LAMPIRAN	xiv
BAB I PENDAHULUAN.....	1
A. Latar Belakang.....	1
B. Identifikasi & Pembatasan Masalah	7
1. Identifikasi Masalah	7
2. Pembatasan Masalah	7
C. Rumusan Masalah	8
D. Tujuan Penelitian.....	9
E. Manfaat Penelitian.....	9
BAB II LANDASAN TEORI	11
A. Definisi Pemasaran	11
B. <i>Brand Image</i> (Citra Merek)	12
C. Kualitas Produk	15
D. Kepuasan Pelanggan.....	17
E. Keputusan Pembelian	20
F. Penelitian Terdahulu	24
G. Hubungan Antar Variabel	29
1. Hubungan <i>brand image</i> terhadap keputusan pembelian.....	29

2.	Hubungan kualitas produk terhadap keputusan pembelian.....	29
3.	Hubungan <i>brand image</i> terhadap kepuasan pelanggan.....	30
4.	Hubungan kualitas produk terhadap kepuasan pelanggan.....	31
5.	Hubungan keputusan pembelian terhadap kepuasan pelanggan.....	31
H.	Hipotesis.....	32
I.	Model Penelitian.....	33
J.	Kerangka Pikir Penelitian.....	34
BAB III	METODE PENELITIAN.....	36
A.	Jenis dan Sumber Data.....	36
1.	Jenis Data.....	36
2.	Sumber Data.....	37
B.	Populasi dan Sampel.....	38
1.	Populasi.....	38
2.	Sample.....	39
C.	Metode Pengumpulan Data.....	40
D.	Metode Analisis Data.....	41
1.	Uji Validitas.....	42
2.	Uji Reliabilitas.....	43
3.	Analisis Jalur (Path Analysis).....	44
E.	Definisi Operasional Variabel.....	49
BAB IV	HASIL DAN PEMBAHASAN.....	53
A.	Hasil Penelitian.....	53
1.	Karakteristik Responden.....	53
a.	Responden Berdasarkan Usia.....	53
b.	Responden Berdasarkan Jenis Kelamin.....	54
c.	Responden Berdasarkan Jenis Pekerjaan.....	55
B.	Pembahasan Penelitian.....	56
1.	Uji Validitas.....	56

2.	Uji Reliabilitas	59
1.	Brand Image (X_1)	60
2.	Kualitas Produk (X_2).....	60
3.	Keputusan Pembelian (Z).....	61
4.	Kepuasan Pelanggan (Y)	61
C.	Analisis Jalur (Path Analysis).....	62
1.	Analisis Jalur Tahap I.....	62
2.	Analisis Jalur Tahap II	66
D.	Analisis Jalur Gabungan Tahap I dan Tahap II	71
E.	Pembahasan	75
F.	Temuan Penelitian	81
G.	Keterbatasan Penelitian	81
BAB V KESIMPULAN DAN SARAN		83
A.	Kesimpulan	83
B.	Implikasi Hasil Penelitian	86
C.	Saran.....	86
DAFTAR PUSTAKA		89
LAMPIRAN.....		92

DAFTAR TABEL

Nomor Halaman	
2.1 Penelitian Sebelumnya.....	24
3.1 Instrumen Skala Likert	43
3.2 Nilai Range Uji Reliabilitas	44
3.3 Variabel Penelitian dan Definisi Operasional	50
4.1 Uji Validitas	56
4.2 Hasil Uji Reliabilitas Brand Image.....	60
4.3 Hasil Uji Reliabilitas Kualitas Produk.....	60
4.4 Hasil Uji Reliabilitas Keputusan Pembelian.....	61
4.5 Hasil Uji Reliabilitas Kepuasan Pelanggan	61
4.6 Hasil Uji Regresi dan Signifikan Tahap Pertama.....	62
4.7 Hasil Koefisien Determinasi Tahap Pertama	64
4.8 Hasil Uji Regresi dan Signifikan Tahap Kedua	66
4.9 Hasil Koefisien Determinasi Tahap Pertama	69
4.10 Perhitungan Direct, Indirect dan Total Effect	74

DAFTAR GAMBAR

NomorHalaman

1.1 Pangsa Pasar Industri Telekomunikasi Seluler di Indonesia.....	3
1.2 Hasil Pra Survey Produk Telkomsel Tahun 2016.....	5
2.1 TahapanPembelian.....	22
2.2 Model Penelitian.....	34
3.1 Konstruksi Diagram Jalur Persamaan I.....	46
3.2 Konstruksi Diagram Jalur Persamaan II	48
4.1 Karakteristik Responden Berdasarkan Usia.....	53
4.2 Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis Kelamin	54
4.3 Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis Pekerjaan	55
4.4 Diagram Hasil Perhitungan Substruktur Pertama.....	65
4.5 Diagram Hasil Perhitungan Substruktur Kedua	70
4.6 Diagram Hasil Perhitungan Substruktur Kedua	71

DAFTAR LAMPIRAN

Nomor	Halaman
Lampiran 1 Kuesioner Penelitian.....	92
Lampiran 2 Kuesioner Pra <i>Survey</i>	96
Lampiran 3 Data Tabulasi Karakteristik 30 Responden	98
Lampiran 4 Tabulasi Data Pre-Test 30 Responden	99
Lampiran 5 Tabulasi Data 150 Responden.....	100
Lampiran 6 Hasil Uji Validitas dan Reliabilitas 30 Responden	105
Lampiran 7 Hasil Uji Reliabilitas Variabel.....	109
Lampiran 8 Hasil Uji Analisis Jalur (<i>Path Analysis</i>).....	110
Lampiran 9 Tabel Nilai <i>r Product Moment</i>	113
Lampiran 10 Tabel Nilai Distribusi <i>t</i>	115