

DAFTAR ISI

HALAMAN COVER.....	i
HALAMAN PENGESAHAN.....	ii
HALAMAN PERNYATAAN	iii
ABSTRAK	iv
ABSTRACT.....	v
KATA PENGANTAR	vi
DAFTAR ISI.....	viii
DAFTAR TABEL.....	xii
DAFTAR GAMBAR	xiii
BAB 1 PENDAHULUAN	1
1.1 Gambaran Umum Objek Penelitian.....	1
1.1.1 Sejarah PT. Telkom Indonesia	1
1.1.2 Logo PT. Telkom Indonesia.....	2
1.1.3 Visi dan Misi PT. Telkom Indonesia	3
1.1.4 Informasi Perusahaan	3
1.1.5 Struktur Perusahaan	4
1.1.6 Jenis Produk Perusahaan (INDIHOME)	4
1.2 Latar Belakang.....	7
1.3 Rumusan Masalah.....	12
1.4 Tujuan Penelitian	12
1.5 Manfaat Penelitian.....	13
1.6 Batasan Penelitian.....	13
1.7 Sistematika Penelitian.....	14

BAB 2 LANDASAN TEORI.....	15
2.1 Kajian Teori.....	15
2.1.1 Pemasaran	15
2.1.2 Manajemen Pemasaran.....	15
2.1.3 Bauran Pemasaran	16
2.1.4 Produk	17
2.1.5 Klasifikasi Produk.....	17
2.1.6 Kualitas Produk.....	18
2.1.7 Perilaku Konsumen	20
2.1.8 Keputusan Pembelian.....	21
2.1.8.1 Dimensi Keputusan Pembelian.....	23
2.1.8.2 Hubungan Kualitas Produk Dengan Keputusan Pembelian ..	24
2.3 Kerangka Pemikiran	24
2.2 Penelitian Terdahulu	26
2.3 Hipotesis Penelitian	29
BAB III METODE PENELITIAN.....	30
3.1 Jenis Penelitian	30
3.2 Variabel Operasional	30
3.3 Skala Pengukuran	34
3.4 Tahapan Penelitian	35
3.5 Populasi dan Sampel.....	36
3.5.1 Populasi.....	36
3.5.2 Sampel.....	37
3.6 Teknik Pengumpulan Data	39

3.6.1	Sumber Data.....	39
3.7	Uji Validitas dan Reliabilitas.....	40
3.7.1	Uji Validitas	40
3.7.2	Uji Realibitas.....	41
3.8	Teknik Analisis Data	41
3.8.1	Analisis Deskriptif	41
3.8.2	Analisis Regresi Linear Sederhana	42
3.8.3	Uji Normalitas.....	43
3.9	Pengujian Hipotesis	43
3.9.1	Uji t	43
3.9.2	Uji f	44
3.9.3	Koefisien Determinasi.....	45
BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN		46
4.1	Karakteristik Responden.....	46
4.1.1	Jenis Kelamin	46
4.1.2	Usia	47
4.1.3	Pekerjaan	47
4.1.4	Pendapatan	48
4.2	Hasil Penelitian.....	49
4.2.1	Uji validitas	49
4.2.2	Uji Reliabilitas	49
4.2.3	Analisis Deskriptif	50
4.2.3.1	Analisis Variabel Kualitas Produk (X).....	50
4.2.3.2	Analisis Variabel Keputusan Pembelian (Y).....	52

4.2.4	Uji Asumsi Klasik	56
4.2.4.1	Uji Normalitas	56
4.2.5	Analisis Regresi Linear Sederhana	57
4.2.6	Hasil Uji Hipotesis	59
4.2.6.1	Uji t	59
4.2.6.2	Hasil Uji R	60
BAB V KESIMPULAN DAN SARAN.....		62
5.1	Kesimpulan.....	62
5.2	Saran	63
5.2.1	Saran Bagi Perusahaan.....	63
5.2.2	Saran bagi peneliti selanjutnya.....	64
DAFTAR PUSTAKA		65
LAMPIRAN		67