

DAFTAR ISI

	HALAMAN
Halaman Judul	i
Berita Acara Skripsi	ii
Halaman Pengesahan	iii
Halaman Motto	iv
Halaman Persembahan	v
Kata Pengantar	vi
Daftar Isi	viii
Daftar Pustaka	ix
Daftar Tabel	xi
BAB I. PENDAHULUAN	1
1.1. Latar Belakang	1
1.2. Rumusan Masalah	4
1.3. Batasan Masalah	4
1.4. Tujuan Penelitian	6
1.5. Manfaat Penelitian	7
BAB II. LANDASAN TEORI	8
2.1. Pengertian Pemasaran	8
2.2. Manajemen Pemasaran	10
2.3. Konsep Pemasaran	11

2.4. Perilaku Konsumen	12
2.5. Teori Perilaku Konsumen	14
2.6. Proses Pengambilan Keputusan	18
2.7. Konsumen Sebagai Pengambil Keputusan	19
2.7.1. Prinsip Dasar Kepuasan Konsumen	20
2.7.2. Proses Mengetahui Ekspektasi Konsumen	23
BAB III. GAMBARAN UMUM PRODUK DAN METODOLOGI PENELITIAN	26
3.1. Gambaran Umum Produk	26
3.1.1. Company Profile	26
3.1.2. Produk Telkom Flexi	28
3.2. Metodologi Penelitian	30
3.2.1. Metode Pengumpulan Data	32
3.2.2. Metode Analisis Data	32
BAB IV. ANALISIS DATA DAN PEMBAHASAN	37
4.1. Hasil Uji Validitas dan Reliabilitas	38
4.1.1. Uji Validitas	38
4.1.2. Uji Keandalan Instrumen Penelitian	40
4.2. Analisis Deskriptif	41
4.2.1. Deskriptif Karakteristik responden	41
4.2.2. Deskriptif Variabel Penelitian	46
4.3. Analisis Verifikatif	53
4.3.1. Analisis Chi Square	53

a. Pengaruh Atribut Performance Terhadap Keputusan Pembelian ...	54
b. Pengaruh Atribut Fitur Terhadap Keputusan Pembelian	56
c. Pengaruh Atribut Keandalan Terhadap Keputusan Pembelian	58
d. Pengaruh Atribut Kesesuaian Terhadap Keputusan Pembelian ...	59
e. Pengaruh Atribut Daya Tahan Terhadap Keputusan Pembelian	61
f. Pengaruh Atribut Serviceability Terhadap Keputusan Pembelian ..	63
g. Pengaruh Atribut Estetika Terhadap Keputusan Pembelian	64
4.3.2. Analisis Koefisien Kontingensi	66
a. Keeratan Hubungan Antara Atribut Performance Terhadap Keputusan Pembelian	66
b. Keeratan Hubungan Antara Atribut Ditur Tambahan dengan Keputusan Pembelian	67
c. Keeratan Hubungan Antara Atribut Keandalan Dengan Keputusan Pembelian	67
d. Keeratan Hubungan Antara Atribut Kesesuaian Dengan Keputusan Pembelian	68
e. Keeratan Hubungan Antara Atribut Daya Tahan Dengan Keputusan Pembelian	68
BAB V. KESIMPULAN	70
5.1. Kesimpulan	70
5.2. Saran	71

DAFTAR TABEL

TABEL	HALAMAN
4.1. Rangkuman Hasil Uji Validitas Instrumen Pertanyaan	39
4.2. Ringkasan Hasil Pengujian Reliabilitas	40
4.3. Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis Kelamin	42
4.4. Klasifikasi Karakteristik Berdasarkan Usia	42
4.5. Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis Pekerjaan	43
4.6. Tingkat Penghasilan Responden	45
4.7. Deskriptif Pada Atribut Performance	47
4.8. Atribut Fitur Tambahan	48
4.9. Deskriptif Pada Atribut Kehandalan	49
4.10. Deskriptif Pada Atribut Kesesuaian Dengan Konformansi	50
4.11. Deskriptif Pada Atribut Daya Tahan	50
4.12. Deskriptif Pada Atribut Serviceability	51
4.13. Deskriptif Pada Atribut Estetika	52
4.14. Deskriptif Pada Atribut Perceived Quality	52
4.15. Tabulasi Silang Atribut Performance Dengan Keputusan Pembelian	55
4.16. Tabulasi Silang Fitur Tambahan Dengan Keputusan Pembelian	57
4.17. Tabulasi Silang Atribut Kehandalan Dengan Keputusan Pembelian	58
4.18. Tabulasi Silang Kesesuaian Dengan Keputusan Pembelian	60

4.19. Tabulasi Silang Atribut Daya Tahan Dengan Keputusan Pembelian	62
4.20. Tabulasi Silang atribut Serviceability Dengan Keputusan Pembelian	63
4.21. Tabulasi Silang Atribut Estetika Dengan Keputusan Pembelian	65
4.22. Tabulasi Silang Atribut PEceived Quality Dengan Keputusan Pembelian	66

