DAFTAR ISI

HALAMAN JUDUL i
HALAMAN PERSETUJUAN DOSEN PEMBIMBING ii
HALAMAN PENGESAHAN iii
KATA PENGANTAR iv
DAFTAR ISI vi
DAFTAR TABEL ix
DAFTAR GAMBAR x
DAFTAR LAMPIRAN xi
PERNYATAAN xii
INTISARI xiii
ABSTRACT xiv
BAB I PENDAHULUAN 1
1.1 Latar Belakang 1
1.2 Rumusan Masalah 4
1.3 Tujuan Masalah 4
1.4 Manfaat Penelitian 4
1.5 Batasan Penelitian 4
BAB II KAJIAN PUSTAKA 5
BAB III LANDASAN TEORI 8
3.1 Persepsi Konsumen 8
3.2 Ekuitas Merek 9
3.3 *Mobile Broadband Service* (MBS) 10
3.4 Populasi dan Sampel 11
3.5 Validitas dan Reliabilitas 11
3.5.1 Uji Validitas 11
3.5.2 Uji Reliabilitas 11
3.6 *Structural Equation Modeling* (SEM) 12
3.6.1 Pengertian *Structural Equation Modeling* (SEM) 12

3.6.2 Aturan Dasar SEM 13
3.6.3 Jenis-jenis Model 14
3.6.4 Pengujian Hipotesis 16
3.6.5 Kesesuaian dan Kecukupan Model *(Adequacy of the Model)* 16
3.7 Langkah-langkah *Structural Equation Model* (SEM) 22
3.7.1 Pengembangan Model Berbasis Teori 22
3.7.2 Pengembangan Diagram Alur *(Path Diagram)* 23
3.7.3 Konversi Diagram Alur ke dalam Persamaan 24
3.7.4 Memilih Matriks *Input* dan Teknik Estimasi 24
3.7.5 Menilai Problem Identifikasi 25
3.7.6 Evaluasi Model 25
3.7.7 Interpretasi Model 26
3.8 Kerangka Pemikiran 26
BAB IV METODOLOGI PENELITIAN 32
4.1 Populasi dan Sampel 32
4.2 Sumber Data dan Metode Penelitian 32
4.3 Variabel Penelitian 32
4.3 Identifikasi Variabel 33
4.4 Diagram Flowchart 36
BAB V PEMBAHASAN 37
5.1 Analisis Deskriptif 37
5.2 Uji Validitas dan Reliabilitas 39
5.3 Konversi Diagram Alur ke dalam Persamaan Struktural 46
5.4 Pemilihan Matriks *Input* dan Teknik Estimasi Atas Model yang Dibangun 48
5.5 Menilai Problem Identifikasi 48
5.6 Evaluasi Model 48
5.7 Interpretasi Hasil 56
BAB VI PENUTUP 58
6.1 Kesimpulan 58
6.2 Saran 58

DAFTAR PUSTAKA 59
LAMPIRAN 62