

DAFTAR ISI

HALAMAN SAMPUL DALAM.....	i
HALAMAN PERSETUJUAN	ii
HALAMAN PERNYATAAN.....	iii
HALAMAN MOTO DAN PERSEMBAHAN	iv
KATA PENGANTAR.....	v
ABSTRAK	vii
ABSTRACT	viii
DAFTAR ISI.....	ix
DAFTAR TABEL	xiii
DAFTAR GAMBAR.....	xiv
DAFTAR LAMPIRAN	xv
BAB I PENDAHULUAN.....	1
1.1 Gambaran Umum	1
1.1.1 Profil Perusahaan	1
1.1.2 Produk Telkomsel	2
1.1.4 Visi dan Misi	2
1.1.5 Logo Perusahaan	3
1.2 Latar Belakang	3
1.3 Identifikasi Masalah	14
1.4 Tujuan Penelitian.....	14
1.5 Kegunaan Penelitian	14
1.6 Sistematika Penulisan.....	15
BAB II TINJAUAN PUSTAKA.....	15
2.1 Tinjauan Teori	16
2.1.1 Pemasaran	16
2.1.2 Manajemen Pemasaran.....	16
2.1.3 Persepsi	17
2.1.3.1 Faktor yang Mempengaruhi Persepsi.....	17
2.1.3.2 Proses Persepsi	17
2.1.3.3 Unsur-Unsur Persepsi	18

2.1.4	Harga.....	19
2.1.4.1	Konsep Harga.....	19
2.1.4.2	Penetapan Harga.....	20
2.1.5	Persepsi Harga.....	21
2.1.5.1	Dimensi Persepsi Harga	22
2.1.6	Kualitas	23
2.1.7	Persepsi Kualitas	24
2.1.7.1	Perspektif Terhadap Kualitas	25
2.1.7.2	Dimensi Persepsi Kualitas	26
2.1.8	<i>Theory Planned Behavior</i>	26
2.1.9	Perilaku Konsumen	28
2.1.10	Keputusan Pembelian.....	29
2.2	Hubungan Persepsi Harga dan Persepsi Kualitas Terhadap Keputusan Pembelian.....	31
2.2.1	Hubungan Persepsi Harga Terhadap Persepsi Kualitas	32
2.2.2	Hubungan Persepsi Kualitas Terhadap Keputusan Pembelian	32
2.2.3	Hubungan Persepsi Harga Terhadap Keputusan Pembelian.....	32
2.3	Penelitian Terdahulu.....	33
2.4	Kerangka Pemikiran	44
2.5	Hipotesis Penelitian	47
2.6	Ruang Lingkup Penelitian	47
BAB III METODE PENELITIAN		47
3.1	Jenis Penelitian	48
3.2	Variabel Operasional dan Skala Pengukuran	48
3.2.1	Variabel Operasional.....	48
3.2.2	Skala Pengukuran.....	50
3.3	Tahapan Penelitian	51
3.4	Populasi dan Sampel	53
3.4.1	Populasi.....	53
3.4.2	Sampel.....	53
3.4.2.1	Teknik Sampling	54
3.5	Teknik Pengumpulan Data	55
3.5.1	Data Primer	55

3.5.2	Data Sekunder	55
3.6	Teknik Analisis Data	55
3.6.1	Analisis Deskriptif	55
3.6.2	<i>Method of Succesive Interval</i> (MSI)	57
3.7	<i>Structural Equation Modeling</i> (SEM)	58
3.8	Metode Analisis Data	58
3.8.1	Pengukuran Model (<i>Outer Model</i>)	59
3.8.1.1	Uji Validitas	60
3.8.1.2	Uji Reliabilitas	61
3.8.2	Pengukuran Struktural (<i>Inner Model</i>)	62
3.8.2.1	Model Analisis Persamaan Struktural	62
3.9	Uji Hipotesis	63
BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN.....		65
4.1	Pengumpulan Data	65
4.2	Karakteristik Responden	65
4.2.1	Identitas Responden Berdasarkan Jenis Kelamin	65
4.2.2	Identitas Responden Berdasarkan Usia	67
4.2.3	Identitas Responden Berdasarkan Pekerjaan	68
4.2.4	Identitas Responden Berdasarkan Pendapatan	69
4.3	Hasil Penelitian.....	70
4.3.1	Analisis Deskriptif	70
4.3.2	Pengujian Data dan Model Penelitian	83
4.3.2.1	Evaluasi Model Pengukuran	83
4.3.2.2	<i>Convergen Validity</i>	83
4.3.2.3	<i>Discriminant Validity</i>	85
4.4	Evaluasi Model Struktural.....	86
4.4.1	<i>R-Square</i>	87
4.5	Analisis Hasil Penelitian dan Pembahasan.....	91
BAB V KESIMPULAN DAN SARAN.....		96
5.1	Pengumpulan Data	96
5.2	Saran	97
5.2.1	Saran Bagi Perusahaan PT. Telkomsel	97
5.2.2	Saran Bagi Peneliti Selanjutnya	99

DAFTAR PUSTAKA	100
LAMPIRAN	