

DAFTAR ISI

LEMBAR PERSEMBAHAN	<i>i</i>
LEMBAR PENGESAHAN	<i>ii</i>
KATA PENGANTAR.....	<i>i</i>
PERNYATAAN	<i>i</i>
ABSTRAK.....	<i>ii</i>
ABSTRACT.....	<i>iii</i>
DAFTAR TABEL.....	<i>vii</i>
DAFTAR GAMBAR.....	<i>viii</i>
BAB I PENDAHULUAN.....	9
1.1 Gambaran Umum Objek Penelitian	9
1.1.1. Sejarah Universitas Telkom	9
1.1.2. Profil Admisi Nasional Telkom	9
1.2 Latar Belakang	11
1.3 Rumusan Masalah.....	16
1.4 Tujuan Penelitian	16
1.5 Kegunaan Penelitian	16
1.6 Batasan Masalah.....	16
1.7 Sistematika Penulisan Laporan Proyek Akhir.....	17
BAB II TINJAUAN PUSTAKA.....	18
2.1 Landasan Teori	18
2.1.1 Pemasaran	18

2.1.2 Manajemen Pemasaran	18
2.1.3 Perilaku Konsumen.....	19
2.1.4 Loyalitas Pelanggan	19
2.1.5 Minat Beli	20
2.2 Penelitian Sebelumnya.....	20
2.3 Kerangka Pemikiran	23
BAB III METODE PENELITIAN	24
3.1 Metode Penelitian	24
3.2 Jenis Penelitian	24
3.3 Variabel Penelitian, Variabel Operasional dan Skala Penelitian	24
3.3.1 Variabel Penelitian	24
3.4 Skala Pengukuran	25
3.4.1 Variabel Operasional	26
3.5 Tahapan Penelitian	29
3.6 Populasi dan Teknik Penarikan Sampel.....	29
3.6.1 Populasi	29
3.6.2 Sampel	29
3.7 Jenis dan Sumber Data	30
3.8 Metode Penelitian	30
3.8.1 Uji Validitas	30
3.8.2 Uji Reliabilitas	30
3.8.3 Uji Multikolinearitas.....	31
3.8.4 Analisis deskriptif	32
3.8.5 Analisis Regresi Logistik Berganda.....	33
3.8.6 Mencari model fit	34
3.8.7 Uji hipotesis	34

BAB IV HASIL DAN PEMBAHASAN	35
4.1 Metode Penelitian	35
4.2 Uji Hipotesis Regresi Logistik Berganda	35
4.2.1 Uji Overall Model	35
4.3 Hasil Uji Overall dan Uji Parsial	36
4.3.1 Model 1	36
4.3.2 Model 2	38
4.3.3 Model 3	41
4.3.4 Model 4	43
4.3.5 Model 5	45
4.3.6 Model 6	47
4.4 Intrepretasi Model Akhir	49
4.5 Pembahasan Hasil Penelitian	49
BAB V PENUTUP.....	51
5.1 Kesimpulan.....	51
5.2 Saran.....	51
5.2.1 Bagi Penelitian Selanjutnya	52
5.2.2 Bagi Perusahaan	52
DAFTAR PUSTAKA	53
LAMPIRAN.....	55