

DAFTAR ISI

Halaman Sampul Depan.....	
Halaman Sampul Dalam	
Halaman Persetujuan Pembimbing	i
Halaman Pengesahan Penguji	ii
Halaman Motto.....	iii
Halaman Persembahan	iv
Kata Pengantar	v
Daftar Isi.....	vii
Daftar Tabel	xi
Daftar Gambar.....	xv
Daftar Lampiran	xvi
Abstrak	xvii
<i>Abstract</i>	xviii

BAB I : PENDAHULUAN

A. Latar Belakang Masalah	1
B. Identifikasi Masalah.....	8
C. Rumusan Masalah.....	9
D. Tujuan Penelitian	10
E. Kegunaan Penelitian	11
F. Penegasan Istilah.....	12
G. Sistematika Penulisan Skripsi.....	14

BAB II : LANDASAN TEORI

A. Manajemen Pemasaran.....	16
B. Bauran Pemasaran.....	20
C. Loyalitas Pelanggan	21
D. Citra Merek (<i>Brand Image</i>).....	23
E. Kualitas Pelayanan	28
F. Strategi Harga	33
G. Kepuasan Pelanggan	42
H. Hubungan Citra Merek terhadap Kepuasan Pelanggan	45
I. Hubungan Kualitas Pelayanan terhadap Kepuasan Pelanggan	45
J. Hubungan Strategi Harga terhadap Kepuasan Pelanggan	46
K. Penelitian Terdahulu	47
L. Kerangka Konseptual	50
M. Kerangka Konseptual	56

BAB III : METODE PENELITIAN

A. Pendekatan dan Jenis Penelitian.....	58
1. Pendekatan Penelitian.....	58
2. Jenis Penelitian	58
B. Definisi Konsep dan Operasional.....	59
C. Populasi, Sampel dan Sampling Penelitian.....	63
1. Populasi	63
2. Sampel dan Sampling Penelitian.....	63
D. Sumber Data, Variabel, dan Skala Pengukuran	65
1. Sumber Data	65
2. Variabel Penelitian.....	66
3. Skala Pengukuran	67
E. Teknik Pengumpulan Data dan Instrumen Penelitian.....	67
1. Teknik Pengumpulan Data	67

2.	Instrumen Penelitian	68
F.	Teknik Analisis Data.....	69
1.	Uji Validitas.....	69
2.	Uji Reliabilitas.....	70
3.	Uji Asumsi Klasik	71
4.	Uji Analisis Regresi Linier Berganda.....	72
5.	Uji Hipotesis	73
6.	Analisis Koefisien Determinasi	76

BAB IV : HASIL PENELITIAN

A.	Gambaran Umum Objek Penelitian	77
1.	Sejarah Berdirinya Telkomsel.....	77
2.	Visi dan Misi Perusahaan.....	81
3.	Produk-produk Telkomsel.....	82
4.	Struktur Organisasi Telkomsel	89
B.	Deskripsi Objek Penelitian.....	92
1.	Profil Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam	92
2.	Visi dan Misi Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam	93
3.	Tujuan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam	94
4.	Struktur Organisasi dan Pimpinan.....	95
C.	Profil Responden.....	97
1.	Karakteristik Responden	97
D.	Deskripsi Variabel.....	103
1.	Deskripsi Variabel X1 (Citra Merek)	103
2.	Deskripsi Variabel X2 (Kualitas Pelayanan)	114
3.	Deskripsi Variabel X3 (Strategi Harga)	126
4.	Deskripsi Variabel Y (Kepuasan Pelanggan)	138
E.	Analisis Data	149
1.	Uji Validitas dan Reliabilitas	149
a.	Hasil Uji Validitas	150

b. Hasil Uji Rekiabilitas	151
2. Uji Asumsi Klasik	152
a. Uji Normalitas	152
b. Uji Multikolinieritas	153
c. Uji Heteroskedastisitas	154
3. Uji Analisis Regresi Linier Berganda	156
4. Uji Hipotesis	157
a. Uji t	157
b. Uji F	161
5. Analisis Koefisien Determinasi (R^2)	163

BAB V : PEMBAHASAN

A. Pengaruh Citra Merek terhadap Kepuasan Pelanggan Produk Telkomsel.....	164
B. Pengaruh Kualitas Pelayanan terhadap Kepuasan Pelanggan Produk Telkomsel	165
C. Pengaruh Strategi Harga terhadap Kepuasan Pelanggan Produk Telkomsel	167
D. Pengaruh Citra Merek, Kualitas Pelayanan, Strategi Harga terhadap Kepuasan Pelanggan Produk Telkomsel	168

BAB VI : PENUTUP

A. Kesimpulan	169
B. Saran.....	170

DAFTAR PUSTAKA

LAMPIRAN-LAMPIRAN