

## DAFTAR ISI

Halaman Sampul Luar.....	i
Halaman Sampul Dalam .....	ii
Halaman Persetujuan Pembimbing .....	iii
Halaman Pengesahan .....	iv
Halaman Motto.....	v
Halaman Persembahan .....	vi
Kata Pengantar .....	vii
Daftar Isi.....	ix
Daftar Tabel .....	xiii
Daftar Gambar.....	xiv
Daftar Grafik .....	xv
Daftar Lampiran .....	xvi
Abstrak .....	xvii
<i>Abstract</i> .....	xviii

### **BAB I : PENDAHULUAN**

A. Latar Belakang Masalah.....	1
B. Identifikasi Masalah .....	11
C. Rumusan Masalah .....	12
D. Tujuan Penelitian .....	12
E. Kegunaan Penelitian.....	13

F. Ruang Lingkup dan Keterbatasan Penelitian .....	14
G. Penegasan Istilah .....	15
H. Sistematika Penulisan Skripsi .....	17

## **BAB II : LANDASAN TEORI**

A. Perilaku Konsumen .....	19
1. Pengertian Perilaku Konsumen .....	19
2. Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Perilaku Konsumen .....	20
B. Kepuasan Pelanggan .....	24
1. Pengertian Kepuasan Pelanggan.....	24
2. Dimensi Kepuasan Pelanggan .....	26
3. Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Kepuasan Pelanggan.....	28
4. Indikator Kepuasan Pelanggan .....	34
5. Konsep Kepuasan Pelangga Menurut Islam .....	36
6. Manfaat Kepuasan Pelanggan .....	40
C. Kualitas Layanan.....	41
1. Pengertian Kualitas Layanan .....	41
2. Dimensi Kualitas Layanan.....	42
D. Harga .....	44
1. Pengertian Harga .....	44
2. Faktor Penentu Harga .....	45

3. Indikator Harga.....	46
E. Kepercayaan Merek.....	47
1. Pengertian Kepercayaan .....	47
2. Pengertian Merek.....	47
3. Kepercayaan Merek.....	48
4. Indikator Kepercayaan Merek .....	51
F. Kajian Penelitian Terdahulu .....	53
G. Kerangka Konseptual .....	61
H. Hipotesis Penelitian.....	62

**BAB III : METODE PENELITIAN**

A. Pendekatan dan Jenis Penelitian.....	63
B. Populasi, Sampling, dan Sampel Penelitian .....	64
C. Sumber Data, Variabel, dan Skala Pengukuran .....	67
D. Tehnik Pengumpulan Data dan Instrumen Penelitian .....	70
E. Tehnik Analisis Data .....	73

**BAB IV : HASIL PENELITIAN**

A. Gambaran Umum Objek Penelitian .....	83
B. Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam .....	90
C. Gambaran Umum Responden .....	92
D. Deskripsi Variabel .....	99
E. Analisis Data .....	111

**BAB V : PEMBAHASAN**

A. Pengaruh Kualitas Layanan Terhadap Kepuasan Pelanggan Paket Internet Telkomsel Pada Mahasiswa FEBI Institut Agama Islam Negeri Tulungagung .....	128
B. Pengaruh Harga Terhadap Kepuasan Pelanggan Paket Internet Telkomsel Pada Mahasiswa FEBI Institut Agama Islam Negeri Tulungagung .....	129
C. Pengaruh Kepercayaan Merek Terhadap Kepuasan Pelanggan Paket Internet Telkomsel Pada Mahasiswa FEBI Institut Agama Islam Negeri Tulungagung .....	130
D. Pengaruh Kualitas Layanan, Harga dan Kepercayaan Merek Terhadap Kepuasan Pelanggan Paket Internet Telkomsel Pada Mahasiswa FEBI Institut Agama Islam Negeri Tulungagung .....	131

**BAB VI : PENUTUP**

A. Kesimpulan.....	137
B. Saran.....	139

**DAFTAR PUSTAKA**

**LAMPIRAN-LAMPIRAN**