

DAFTAR ISI

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

BAB I PENDAHULUAN

A. Latar Belakang	1
B. Identifikasi Masalah	6
C. Rumusan Masalah	6
D. Tujuan Penelitian	7
E. Kegunaan Penelitian.....	8
F. Ruang Lingkup Penelitian dan Keterbatasan Penelitian	10
G. Penegasan Istilah.....	11

H. Sistematika Penulisan	12
--------------------------------	----

BAB II LANDASAN TEORI

A. Gambaran Umum Objek Penelitian	15
1. Sejarah Indosat Ooredoo	15
2. Visi dan Misi dan Nilai Indosat Ooredoo	17
3. Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam	18
B. Manajemen Pemasaran.....	21
1. Definisi Manajemen Pemasaran.....	21
2. Konsep Pemasaran	23
C. Perilaku Konsumen	27
D. Loyalitas Konsumen.....	28
1. Pengertian Loyalitas Konsumen	28
2. Pengukuran Loyalitas.....	30
3. Tahapan Loyalitas Konsumen.....	30
E. Daya Tarik Iklan	32
1. Pengertian Iklan	32
2. Tujuan Iklan	33
3. Manfaat Iklan	34
F. Citra Merek	35
1. Pengertian Citra Merek	35
2. Manfaat Dan Pentingnya Brand	36
3. Pengukuran Citra Merek	37

4. Indikator Citra Merek.....	38
G. Kualitas Produk.....	39
1. Pengertian Kualitas Produk.....	39
2. Tingkatan Produk.....	41
3. Klasifikasi Produk.....	42
4. Dimensi Kualitas Produk.....	44
H. Harga.....	45
1. Pengertian Harga.....	45
2. Penetapan Harga.....	46
3. Faktor Yang Mempengaruhi Harga.....	48
4. Fungsi Harga.....	49
5. Indikator Harga.....	50
I. Kepercayaan (<i>Trust</i>).....	51
1. Pengertian Kepercayaan.....	51
2. Indikator Kepercayaan.....	52
3. Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi <i>Brand Trust</i>	53
J. Penelitian Terdahulu.....	54
K. Kerangka Konseptual.....	60
L. Hipotesis Penelitian.....	60

BAB III METODE PENELITIAN

A. Pendekatan dan Jenis Penelitian.....	62
B. Populasi, Sampling dan Sampel Penelitian.....	62

C. Sumber Data, Variabel dan Skala Pengukuran	64
D. Instrumen Penelitian.....	66
E. Teknik Analisis Data.....	71

BAB IV HASIL PENELITIAN

A. Karakteristik Responden	82
B. Deskripsi Variabel.....	85
C. Analisis Data	87

BAB V PEMBAHASAN

A. Pengaruh Daya Tarik Iklan Terhadap Loyalitas Konsumen Pengguna Paket data IM3 Ooredoo	99
B. Pengaruh Citra Merek Terhadap Loyalitas Konsumen Pengguna Paket Data IM3 Ooredoo	100
C. Pengaruh Kualitas Produk Terhadap Loyalitas Konsumen Pengguna Paket Data IM3 Ooredoo	102
D. Pengaruh Harga Terhadap Loyalitas Konsumen Pengguna Paket Data IM3 Ooredoo	104
E. Pengaruh Kepercayaan Merek Terhadap Loyalitas Konsumen Pengguna Paket Data IM3 Ooredoo.....	106
F. Pengaruh Daya Tarik Iklan, Citra Merek, Kualitas Produk, Harga, dan Kepercayaan Merek Terhadap Loyalitas Konsumen Pengguna, Paket Data IM3 Ooredoo	108

BAB VI PENUTUP

A. Kesimpulan	110
B. Saran.....	110

DAFTAR PUSTAKA	112
----------------------	-----

LAMPIRAN-LAMPIRAN.....	119
------------------------	-----