

DAFTAR ISI

ABSTRAK.....	iii
KATA PENGANTAR.....	iv
DAFTAR ISI	vi
DAFTAR TABEL	x
DAFTAR GAMBAR	xi
DAFTAR LAMPIRAN	xii
BAB I PENDAHULUAN	1
1.1. Latar Belakang	1
1.2. Identifikasi Masalah.....	6
1.3. Batasan Masalah	7
1.4. Rumusan Masalah	7
1.5. Tujuan Penelitian	7
1.6. Manfaat Penelitian	8
BAB II TINJAUAN PUSTAKA	10
2.1. Strategi Pemasaran.....	10
2.1.1 Pengertian Strategi	10
2.1.2 Pengertian Pemasaran	11
2.1.3 Pengertian Strategi Pemasaran.....	13
2.1.4 Tujuan Strategi Pemasaran	15
2.1.5 Jenis-Jenis Strategi Pemasaran	16
2.1.6 Indikator Strategi Pemasaran	17
2.2. Kualitas Pelayanan.....	18
2.2.1 Pengertian Kualitas Pelayanan.....	18
2.2.2 Strategi Meningkatkan Kualitas Pelayanan	18
2.2.3 Dimensi Kualitas Pelayanan	20
2.2.4 Tujuan Peningkatan Kualitas Pelayanan	21
2.2.5 Faktor Yang Mempengaruhi Kualitas Pelayanan	21

2.2.6	Indikator Kualitas Pelayanan	23
2.3.	Keputusan Pembelian Konsumen	24
2.3.1	Pengertian Keputusan Pembelian.....	24
2.3.2	Proses Keputusan Pembelian	25
2.3.3	Faktor-Faktor Dalam Keputusan Pembelian	25
2.3.4	Jenis-Jenis Keputusan Pembelian	26
2.3.5	Perilaku Pasca Pembelian	27
2.3.6	Indikator Keputusan Pembelian Konsumen	28
2.4.	Penelitian Terdahulu	29
2.5.	Kerangka Konseptual	30
2.6.	Hipotesis.....	31
BAB III	METODE PENELITIAN.....	32
3.1.	Jenis Penelitian.....	32
3.2.	Variabel Penelitian	33
3.3.	Sumber Data.....	33
3.4.	Populasi Dan Sampel	34
3.4.1	Populasi.....	34
3.4.2	Sampel.....	35
3.5.	Instrumen Penelitian.....	37
3.6.	Teknik Pengumpulan Data	39
3.7.	Teknik Analisis Data.....	40
3.7.1.	Uji Instrumen	42
3.7.2.	Uji Asumsi Klasik.....	43
3.7.3.	Uji Hipotesis	46
3.8.	Lokasi Dan Jadwal Penelitian	49
3.8.1.	Lokasi Penelitian.....	49
3.8.2.	Jadwal Penelitian.....	50
BAB IV	HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN.....	51
4.1	Deskripsi Lokasi Penelitian	51
4.1.1	Sejarah PT. Narindo Solusi Telekomunikasi Tap Lotu	51

4.1.2	Visi Dan Misi PT. Narindo Solusi Telekomunikasi Tap Lotu	54
4.1.3	Struktur Organisasi PT. Narindo Solusi Telekomunikasi Tap Lotu	55
4.1.4	Uraian Tugas Dan Tanggung Jawab.....	56
4.2	Karakteristik Responden.....	57
4.2.1	Karakteristik Responden Berdasarkan Usia	57
4.2.2	Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis Kalamini	58
4.3	Analisis Hasil Penelitian.....	58
4.3.1	Verifikasi Data.....	58
4.3.2	Deskripsi Variabel Penelitian	59
4.4	Uji Instrumen	67
4.4.1	Uji Deskriptif	67
4.4.2	Uji Validitas.....	69
4.4.3	Uji Reabilitas	70
4.5	Uji Asumsi Klasik.....	71
4.5.1	Uji Normalitas	72
4.5.2	Uji Multikolinieritas.....	72
4.5.3	Uji Heteroskedastisitas	74
4.6	Uji Hipotesisi	75
4.6.1	Regresi Linier Berganda	75
4.6.2	Uji T	76
4.6.3	Uji F	78
4.6.4	Uji Koevisien determinasi R ²	79
4.7	Pembahasan	80
4.7.1	Pengaruh Strategi Pemasaran (X1) secara prasional terhadap Keputusan Pembelian Konsumen (Y).....	80
4.7.2	Pengaruh kualitas pelayanan (X2) secara prasional terhadap Keputusan Pembelian Konsumen. (Y).....	81
4.7.3	Pengaruh strategi pemasaran dan kualitas pelayanan terhadap Keputusan pembelian konsumen	82
4.8	Tabel Interpretasi Hasil Penelitian Dan Landasan Teori	83
4.9	Implikasi Hasil Penelitian.....	84

BAB V KESIMPULAN DAN SARAN	88
---	-----------

5.1 Kesimpulan	88
---------------------------	----

5.2 Saran	88
----------------------	----

DAFTAR PUSTAKA