

DAFTAR ISI

<i>ABSTRACT</i>	i
ABSTRAK	ii
PENGESAHAN	iii
PERNYATAAN.....	iv
KATA PENGANTAR	v
DAFTAR ISI.....	vii
DAFTAR TABEL.....	x
DAFTAR GAMBAR	xi
DAFTAR LAMPIRAN.....	xii
BAB I PENDAHULUAN.....	1
1.1 Latar Belakang Masalah	1
1.2 Identifikasi dan Rumusan Masalah	10
1.2.1 Identifikasi Masalah	10
1.2.2 Rumusan Masalah	11
1.3 Tujuan Penelitian	11
1.4 Manfaat Penelitian	12
BAB II DESKRIPSI PERUSAHAAN	13
2.1 Sejarah Perusahaan.....	13
2.2 Lingkup Bidang Usaha	14
2.3 Visi, Misi, Tata Nilai dan Budaya Perusahaan	15
2.3.1 Visi	15
2.3.2 Misi	15
2.3.3 Tata Nilai Dan Budaya Perusahaan	15
2.4 Sumber Daya	17
2.5 Tantangan Bisnis	17
2.6 Proses Bisnis	18
BAB III KAJIAN PUSTAKA, KERANGKA PEMIKIRAN DAN HIPOTESIS.....	21
3.1 Kajian Pustaka	21

3.1.1 Pemasaran	21
3.1.2 Bauran Pemasaran	22
3.1.2.1 <i>Product</i>	23
3.1.2.2 <i>Price</i>	25
3.1.2.3 <i>Place</i>	29
3.1.2.4 <i>Promotion</i>	31
3.1.2.5 <i>People</i>	36
3.1.2.6 <i>Physical Evidence</i>	37
3.1.2.7 <i>Process</i>	38
3.1.3 Keputusan Pembelian	39
3.1.3.1 Struktur Keputusan Pembelian	39
3.1.3.2 Tahap-Tahap Dalam Proses Pembelian	41
3.1.4 <i>Structural Equation Modeling</i>	44
3.1 Penelitian Terdahulu	48
3.2 Kerangka Pemikiran.....	51
3.3 Hipotesis Penelitian.....	51
BAB IV METODE PENELITIAN	53
4.1 Jenis Desain Penelitian	53
4.2 Ruang Lingkup	54
4.3 Lokasi Penelitian	54
4.4 Pendekatan Penelitian	55
4.5 Variabel Penelitian	55
4.6 Populasi dan Sampel Penelitian	56
4.6.1 Populasi	56
4.6.2 Sampel	56
4.7 Jenis dan Sumber Data	57
4.8 Teknik Pengumpulan Data	58
4.8.1 Metode Kuesioner atau Angket	58
4.8.2 Wawancara	59
4.8.3 Dokumentasi	60
4.9 Definisi Operasional	60

4.10 Teknik Analisis Data	61
4.10.1 Analisis Konsep <i>Structural Equation Modeling (SEM)</i> ..	62
4.10.2 Aturan atau Konvensi SEM	62
4.10.3 Tahapan dalam SEM.....	65
4.10.4 Pengujian Model Pengukuran	69
4.10.5 Pengujian Model Struktural	70
4.11 Matriks Korelasi Antar Dimensi	72
BAB V HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN	75
5.1 Hasil Penelitian	75
5.1.1 Deskripsi Responden	75
5.1.2 Deskripsi Variabel	78
5.1.3 Uji Validitas dan Realibilitas	85
5.1.3.1 Uji Validitas	86
5.1.3.2 Uji Realibilitas	93
5.1.4 Uji Model Struktural	94
5.1.5 Uji Hipotesis	99
5.2 Pembahasan	104
5.2.1 Pengaruh <i>Product</i> terhadap Keputusan Pembelian	104
5.2.2 Pengaruh <i>Price</i> terhadap Keputusan Pembelian	106
5.2.3 Pengaruh <i>Place</i> terhadap Keputusan Pembelian	107
5.2.4 Pengaruh <i>Promotion</i> terhadap Keputusan Pembelian ...	108
5.2.5 Pengaruh <i>Process</i> terhadap Keputusan Pembelian	109
5.2.6 Pengaruh <i>People</i> terhadap Keputusan Pembelian	111
5.2.7 Pengaruh <i>Physical Evidence</i> Keputusan Pembelian	111
5.2.8 Pengaruh Keputusan Pembelian terhadap <i>Re-Charge</i>	112
5.3 Korelasi Antar Dimensi	114
BAB VI KESIMPULAN DAN SARAN	121
6.1 Kesimpulan	121
6.2 Saran	122
DAFTAR PUSTAKA	125

LAMPIRAN 130
RIWAYAT HIDUP



UNIVERSITAS
MERCU BUANA

DAFTAR TABEL

Tabel 1.1	Data Pengguna Internet di Dunia	1
Tabel 1.2	Data Pengguna Internet di Asia	2
Tabel 1.3	Pengaduan Layanan Telkomsel Sulawesi Selatan.....	8
Tabel 1.4	Paket Layanan Data 3 Operator Seluler	9
Tabel 2.1	Kepemilikan Saham PT. Telkomsel	13
Tabel 3.1	Penelitian Terdahulu	49
Tabel 4.1	Klasifikasi Responden sesuai Produk yang digunakan	57
Tabel 4.2	Definisi Operasional	61
Tabel 4.3	Indeks Kecocokan Model	72
Tabel 4.4	Tabel Matriks Korelasi Antar Dimensi Bauran Pemasaran Terhadap Keputusan Pembelian.....	73
Tabel 4.5	Tabel Matriks Korelasi Antar Dimensi Keputusan Pembelian Terhadap Re-Charge	74
Tabel 5.1	Deskripsi Responden Berdasarkan Karakteristik Demografi...	76
Tabel 5.2	Deskripsi Responden Berdasarkan Karakteristik Produk.....	77
Tabel 5.3	Deskripsi Jawaban Responden Untuk Variabel <i>Product</i>	78
Tabel 5.4	Deskripsi Jawaban Responden Untuk Variabel <i>Price</i>	79
Tabel 5.5	Deskripsi Jawaban Responden Untuk Variabel <i>Place</i>	80
Tabel 5.6	Deskripsi Jawaban Responden Untuk Variabel <i>Promotion</i>	81
Tabel 5.7	Deskripsi Jawaban Responden Untuk Variabel <i>Process</i>	81
Tabel 5.8	Deskripsi Jawaban Responden Untuk Variabel <i>People</i>	82
Tabel 5.9	Deskripsi Jawaban Responden Untuk Variabel <i>Physical Evidence</i>	82
Tabel 5.10	Deskripsi Jawaban Responden Untuk Variabel Keputusan Pembelian	84
Tabel 5.11	Deskripsi Jawaban Responden Untuk Variabel <i>Re-Charge</i>	85
Tabel 5.12.a	Validitas dan Reliabilitas Variabel Bauran Pemasaran Jasa Sebelum Penghapusan Indikator	89
Tabel 5.12.b	Validitas dan Reliabilitas Keputusan Pembelian dan <i>Re-charge</i> Sebelum Penghapusan Indikator	90

Tabel 5.13	Validitas dan Reliabilitas Keputusan Pembelian Setelah Penghapusan Indikator	93
Tabel 5.14	<i>Fitness of Good</i> Sebelum Modifikasi	95
Tabel 5.15	<i>Fitness of Good</i> Setelah Modifikasi	97
Tabel 5.16	<i>Fitness of Good</i> Setelah Bootstrap	98
Tabel 5.17	Signifikansi Pengaruh Antar Variabel.....	100
Tabel 5.18	Matriks Korelasi Antar Dimensi <i>Product</i> Terhadap Keputusan Pembelian	115
Tabel 5.19	Matriks Korelasi Antar Dimensi <i>Price</i> Terhadap Keputusan Pembelian	116
Tabel 5.20	Matriks Korelasi Antar Dimensi <i>Promotion</i> Terhadap Keputusan Pembelian	117
Tabel 5.21	Matriks Korelasi Antar Dimensi <i>Process</i> Terhadap Keputusan Pembelian	118
Tabel 5.22	Matriks Korelasi Antar Dimensi Keputusan Pembelian Terhadap <i>Re-Charge</i>	119

DAFTAR GAMBAR

Gambar 1.1	Data Pengguna Akses Internet untuk Telepon Genggam	3
Gambar 1.2	Jumlah Pelanggan Seluler Kuartal I Tahun 2012.....	5
Gambar 1.3	Data Perpindahan Pelanggan Telkomsel Makassar	7
Gambar 3.1	Tahapan Proses Keputusan Pembelian	42
Gambar 3.2	Kerangka Pemikiran	51
Gambar 4.1	Simbol Variabel Teramati	63
Gambar 4.2	Simbol Variabel Laten	63
Gambar 4.3	Model Stukturan SEM	67
Gambar 4.4	Model Pengukuran SEM.....	68
Gambar 4.5	Model <i>Full Hybrid</i> SEM.....	69
Gambar 5.1.a	<i>StandardizedSolution</i> Sebelum Penghapusan Indikator.....	88
Gambar 5.1.b	<i>T-Value</i> Sebelum Penghapusan Indikator	89
Gambar 5.2.a	<i>StandardizedSolution</i> Setelah Penghapusan Indikator.....	92
Gambar 5.2.b	<i>T-Value</i> Setelah Penghapusan Indikator	93
Gambar 5.3.a	<i>StandardizedSolution</i> Model Struktural (Final).....	100
Gambar 5.3.b	<i>T-Value</i> Model Struktural (Final).....	101

DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran 1	Instrumen Penelitian	129
Lampiran 2	Tabulasi Data Hasil Penelitian	134
Lampiran 3	Hasil Uji Validitas dan Reliabilitas	156
Lampiran 4	Hasil Analisis CFA Sebelum Penghapusan Indikator.....	158
Lampiran 5	Hasil Analisis CFA Setelah Penghapusan Indikator	162
Lampiran 6	Hasil Analisis CFA Setelah Modifikasi	167
Lampiran 7	Hasil Analisis CFA Setelah Bootstrap	171

