

# DAFTAR ISI

## **BAB I            PENDAHULUAN**

1.1 Latar Belakang	1
1.2 Permasalahan Umum	3
1.3 Perumusan Masalah	4
1.4. TujuanPenelitian	4
1.5. Manfaat Penelitian	5
1.6. SistematikaPenulisan	5

## **BAB II            LANDASAN TEORI**

2.1 Pengertian Pemasaran	7
2.2 Pengertian Bauran Pemasaran	8
2.3 Perilaku Konsumen	10
2.4 Keputusan Konsumen	19
2.4.1 Input	19
2.4.1.1 Marketing Inputs	19
2.4.1.2 Socioculture	20
2.4.2 Proses	20
2.4.2.1 Need Recognition	20
2.4.2.2 Prepurchase Search	20

2.4.2.3	Evaluation of alternatives	22
2.4.3.	Output	23
2.4.3.1.	Purchase Behavior	23
2.4.3.2.	Postpurchase Evaluation	24
2.5.	Tahap-tahap dalam proses Pengambilan Keputusan Pembelian	24
2.5.1	Pengenalan Masalah	24
2.5.2	Pencarian Informasi	25
2.5.3	Evaluasi Alternatif	25
2.5.4	Pembelian	26
2.5.5	Perilaku Purna Pembelian	26
2.6.	Produk	27
2.6.1.	Definisi Produk	27
2.6.2.	Karakteristik Produk	28
2.6.3	Konsep Tingkat Produk	29
2.7.	Merek	30
2.7.1.	Definisi Merek	31
2.7.2	Pengertian Merek Lainnya	31
2.7.3.	Peranan Merek	33
2.7.4.	Manfaat Merek	34
2.7.5	Kriteria Merek	36

## **BAB III      GAMBARAN UMUM OBYEK DAN METODE PENELITIAN**

3.1.	Gambaran Umum Obyek Penelitian	37
3.1.1.	Gambaran Umum PT. Telkomsel	37
3.1.2.	Keunggulan Kartu Prabayar simPATI	38
3.2.	Operasionalisasi Variabel	39
3.3.	Metode Penelitian	42
3.3.1.	Teknik Pengambilan Sampel dan Penentuan Jumlah Sampel	43
3.3.2.	Teknik Pengumpulan Data	44
3.3.3.	Teknik Pengukuran	44
3.3.4.	Teknik Analisis Data dan Pengolahan Data	45
3.3.4.1.	Uji Reliabilitas dan Validitas Data	46
3.3.4.2.	Analisis Deskriptif	47
3.3.4.3.	Analisis Faktor	47
3.3.5.	Metode Pengumpulan Data	47

## **BAB IV      HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN**

4.1.	Responden	49
4.2.	Deskripsi jawaban responden	51
4.2.	Analisis Uji Reliabilitas dan Validitas Data	56
4.3.	Analisa Faktor	57

## **BAB V KESIMPULAN DAN SARAN**

5.1. Kesimpulan	61
5.2. Saran	62
DAFTAR PUSTAKA	63

