

DAFTAR ISI

LEMBAR PENGESAHAN SKRIPSI	i
SURAT PERNYATAAN KARYA DIRI SENDIRI	ii
ABSTRACT	iii
ABSTRAK	iv
KATA PENGANTAR	v
DAFTAR ISI	vii
DAFTAR TABEL	xi
DAFTAR GAMBAR	xii
DAFTAR LAMPIRAN	xiii
 BAB I PENDAHULUAN	
A. Latar Belakang Penelitian	1
B. Rumusan Masalah Penelitian	9
C. Tujuan Penelitian dan Kontribusi Penelitian	9
1. Tujuan Penelitian	9
2. Kontribusi Penelitian.....	10
 BAB II KAJIAN PUSTAKA, RERANGKA PEMIKIRAN, DAN HIPOTESIS	
A. Kajian Pustaka	11
1. Manajemen Pemasaran.....	11
2. Prilaku Konsumen	15
a. Definisi Perilaku Konsumen.....	15
b. Pendekatan Perilaku Konsumen sebagai Disiplin Ilmu.....	16
c. Faktor- Faktor yang mempengaruhi Perilaku Konsumen.....	17
3. Kualitas Produk	22
a. Definisi Kualitas	22
b. Definisi Produk	22
c. Atribut produk	22
d. Definisi kualitas produk.....	23

e. Dimensi dan Indikator Kualitas Produk	24
4. Kualitas Pelayanan	25
a. Pengertian Kualitas Pelayanan	25
b. Dimensi Kualitas Pelayanan	26
5. Nilai Pelanggan (<i>Customer Value</i>).....	27
a. Pengertian <i>Customer Value</i>	27
b. Dimensi dan Indikator <i>Customer Value</i>	28
6. Kepuasan Konsumen.....	31
a. Pengertian Kepuasan Konsumen	31
B. Penelitian Terdahulu	35
C. Hubungan Antar Variable dan Pengembangan Hipotesis.....	38
D. Rerangka Pemikiran.....	40
E. Hipotesis	41

BAB III METODE PENELITIAN

A. Waktu dan Tempat Penelitian.....	42
1. Waktu Penelitian	42
2. Tempat Penelitian.....	42
B. Desain Penelitian	42
C. Definisi dan Operasional Variabel.....	43
1. Definisi Variabel	43
2. Operasional Variabel.....	44
D. Pengukuran Variabel.....	47
E. Populasi dan Sampel Penelitian	47
1. Populasi Penelitian	47
2. Sampel Penelitian	48
F. Metode Pengumpulan Data.....	49
G. Metode Analisis Data	49
1. Analisis Deskriptif	49
2. Uji Instrumen.....	50
3. Metode Analisis Partial Least Square	52

BAB IV HASIL DAN PEMBAHASAN

A.	Gambaran Umum Objek Penelitian	59
1.	PT. Telkom Indonesia.....	59
2.	Era colonial	59
3.	Perusahaan Negara.....	60
4.	Perumtel	60
5.	PT Telekomunikasi Indonesia (Persero).....	60
6.	PT Telekomunikasi Indonesia (Persero) Tbk	60
7.	Visi, Misi dan Budaya Organisasi PT. Telkom Indonesia (Persero) Tbk	62
8.	Strategi Perusahaan.....	62
9.	Budaya Perusahaan	63
B.	Analisis Statistik Deskriptif	64
1.	Berdasarkan Jenis Kelamin.....	65
2.	Berdasarkan Usia	66
3.	Berdasarkan Pendidikan Terakhir.....	66
4.	Berdasarkan Penghasilan per bulan	67
C.	Deskripsi Variabel	67
1.	Kualitas Produk.....	67
2.	Kualitas Pelayanan.....	68
3.	<i>Customer Value</i>	70
4.	Kepuasan konsumen	70
D.	Analisis Data	72
1.	Evaluasi Model Pengukuran (Outer Model)	72
a.	Convergent Validity	72
b.	Discriminant Validity	78
c.	Composite Reliability and Cronbach's Alpha	82
2.	Pengujian Model Struktural/Uji Hipotesis (Inner Model)	83
a.	Nilai R-Square	84
b.	Nilai Predictive Relevance (Q Square)	85
c.	Goodness of Fit Model (GoF)	85

3. Hasil Pengujian Hipotesis (Estimasi Koefisien Jalur).....	86
E. Pembahasan.....	88
1. Pengaruh kualitas produk terhadap kepuasan konsumen	89
2. Pengaruh kualitas layanan terhadap kepuasan konsumen	91
3. Pengaruh <i>Customer value</i> terhadap kepuasan konsumen.....	91
 BAB V SIMPULAN DAN SARAN	
A. Simpulan.....	92
B. Saran	93
 DAFTAR PUSTAKA	95
 LAMPIRAN.....	98