

## DAFTAR ISI

<b>ABSTRACT</b> .....	i
<b>ABSTRAK</b> .....	ii
<b>LEMBAR PENGESAHAN</b> .....	iii
<b>LEMBAR PERNYATAAN</b> .....	iv
<b>KATA PENGANTAR</b> .....	v
<b>DAFTAR ISI</b> .....	vii
<b>DAFTAR TABEL</b> .....	xii
<b>DAFTAR GAMBAR</b> .....	xiii
<b>DAFTAR LAMPIRAN</b> .....	xiv
<b>BAB I PENDAHULUAN</b>	
1.1. Latar Belakang Penelitian.....	1
1.2. Identifikasi Masalah.....	13
1.3. Rumusan Masalah.....	14
1.4. Tujuan Penelitian.....	15
1.5. Manfaat Penelitian.....	15
<b>BAB II KAJIAN PUSTAKA, KERANGKA PEMIKIRAN DAN HIPOTESIS</b>	
2.1 Konsep Industri Jasa Telekomunikasi.....	17
2.2. Konsep <i>Market Driven Strategy</i> .....	18

2.3. Kualitas Pelayanan.....	19
2.4. Harga.....	21
2.5. Citra Merek.....	22
2.6. Kepuasan Pelanggan.....	23
2.7. Penelitian Terdahulu.....	25
2.8. Kerangka Pemikiran.....	28
2.9. Hipotesis.....	29

### **BAB III METODE PENELITIAN**

3.1 Desain Penelitian.....	33
3.2. Variabel Bebas ( <i>Independent</i> ).....	34
3.3. Variabel Terikat ( <i>Dependent</i> ).....	35
3.4. Definisi Operasional Variabel.....	35
3.5. Data dan Metode Pengumpulan Data.....	37
3.6. Populasi dan Sampel.....	40
3.7. Teknik Analisis Data.....	41
3.8. Analisis Regresi Linier Berganda.....	46

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

4.1 Deskripsi Perusahaan.....	52
4.2 Hasil Penelitian.....	56
4.3. Uji Validitas dan Reliabilitas.....	60
4.4. Analisis Deskriptif Variabel.....	63

4.5. Hasil Pengujian Hipotesis.....	69
4.6. Korelasi Antar Dimensi.....	72
4.7. Pembahasan Penelitian.....	74

## **BAB V KESIMPULAN DAN SARAN**

5.1 Kesimpulan.....	76
5.2 Saran Berdasarkan Hasil Penelitian.....	77
5.3 Saran Penerapan <i>Market Driven</i> dan <i>Marketing Mix</i> .....	78

<b>DAFTAR PUSTAKA</b> .....	85
-----------------------------	----

<b>LAMPIRAN</b> .....	90
-----------------------	----

<b>DAFTAR RIWAYAT HIDUP</b> .....	128
-----------------------------------	-----



UNIVERSITAS  
MERCU BUANA