

DAFTAR ISI

HALAMAN PERSETUJUAN	ii
ABSTRAK	iii
ABSTRACT	iv
KATA PENGANTAR	v
DAFTAR ISI	vii
DAFTAR GAMBAR	x
DAFTAR TABEL	xi
BAB I	1
PENDAHULUAN	1
1.1 Gambaran Umum Institusi	1
1.1.1 Profil Perusahaan.....	1
1.1.2 Visi dan Misi PT. Telekomunikasi Indonesia, Tbk.....	3
1.1.3 Logo dan Makna Logo Perusahaan.....	3
1.1.4 Produk dan Layanan.....	4
1.2 Latar Belakang	6
1.3 Rumusan Masalah	14
1.4 Tujuan Penelitian	14
1.5 Kegunaan Penelitian	15
1.6 Batasan Penelitian	15
1.7 Sistematika Penulisan	16
BAB II	17
TINJAUAN PUSTAKA	17
2.1 Rangkuman Teori	17
2.1.1 Pengertian Pemasaran	17
2.1.2 Pengertian Manajemen Pemasaran	17
2.1.3 <i>Brand</i> /Merek	18
2.1.4 <i>Brand Equity</i> /Ekuitas Merek	19
2.1.5 <i>Brand Awareness</i> / Kesadaran Merek.....	20
2.1.6 Keputusan Pembelian.....	23
2.1.7 Faktor – Faktor Yang Mempengaruhi Keputusan Pembelian	26

2.2	Kerangka Pemikiran	29
2.3	Hipotesis	29
2.4	Penelitian Terdahulu	29
BAB III		32
METODE PENELITIAN		32
3.1	Jenis Penelitian	32
3.1.1	Jenis Data	33
3.2	Variabel Operasional	33
3.1.2	Skala Pengukuran	37
3.3	Tahapan Penelitian	38
3.4	Populasi dan Sampel	39
3.4.1	Populasi	39
3.4.2	Sampel	40
3.4.3	Teknik Pengambilan Sampel	41
3.5	Teknik Pengumpulan Data	41
3.6	Alat Ukur Penelitian	42
3.6.1	Uji Validitas	42
3.6.2	Uji Reabilitas	44
3.7	Teknik Analisis Data	44
3.7.1	Analisis Deskriptif	45
3.7.2	Uji Normalitas	46
3.7.3	Analisis Regresi Linier Sederhana	47
3.7.4	Uji T	47
3.7.5	Koefisien Determinasi	48
BAB IV		49
HASIL DAN PEMBAHASAN		49
4.1	Deskripsi Karakteristik Responden	49
4.2	Uji Validitas	52
4.2.1	Hasil Uji Reliabilitas	54
4.3	Teknik Analisis Data	55
4.3.1	Hasil Analisis Deskriptif	55

4.4	Uji Normalitas	61
4.4.1	Hasil Uji Hipotesis	63
BAB V	67
SARAN DAN KESIMPULAN	67
5.1	Kesimpulan	67
5.2	Saran	68
5.2.1	Bagi Perusahaan	68
5.2.2	Bagi Institusi	69
5.2.3	Bagi Peneliti Lain	69
DAFTAR PUSTAKA	70
LAMPIRAN	73

DAFTAR GAMBAR

Gambar 1.1 Logo PT Telkom Indonesia.....	3
Gambar 1.2 Data Pertumbuhan Pengguna Internet di Indonesia.....	7
Gambar 1.3 Grafik Penjualan IndiHOME di Kota Bandung.....	12
Gambar 2.1 Piramida Tingkatan Indikator <i>Brand Awareness</i>	20
Gambar 2.2 Tahap-Tahap Keputusan Pembelian.....	23
Gambar 2.3 Kerangka Pemikiran.....	29
Gambar 3.1 Tahapan Penelitian.....	38
Gambar 4.1.....	48
Gambar 4.2.....	49
Gambar 4.3.....	49
Gambar 4.4.....	50
Gambar 4.5.....	51
Gambar 4.6 Garis Kontinum Variabel <i>Brand Awareness</i>	56
Gambar 4.7 Garis Kontinum Variabel Keputusan Pembelian.....	58
Gambar 4.8 Normal P-Plot.....	62

DAFTAR TABEL

Tabel 1.1 Daftar Perusahaan Telekomunikasi di Indonesia Pada Tahun 2017....	9
Tabel 1.2 <i>Top Brand Indeks ISP Fixed Telecommunication</i>	10
Tabel 1.3 Data Penjualan IndiHOME per Bulan di Kota Bandung.....	11
Tabel 3.1 Variabel Operasional.....	33
Tabel 3.2 Desain Pengukuran Skala Likert.....	37
Tabel 3.3 Interval Koefisien.....	42
Tabel 3.4 Kriteria Interpretasi Skor.....	44
Tabel 4.1 Uji Validitas.....	52
Tabel 4.2 Uji Reliabel Variabel <i>Brand Awareness</i>	53
Tabel 4.3 Uji Reliabel Variabel Keputusan Pembelian.....	53
Tabel 4.4 Analisis Deskriptif Variabel <i>Brand Awareness</i> IndiHOME.....	54
Tabel 4.5 Analisis Deskriptif Variabel Keputusan Pembelian IndiHOME.....	57
Tabel 4.6 Uji Normalitas.....	60
Tabel 4.7 Hasil Analisis Regresi Linier Sederhana.....	61
Tabel 4.8 Hasil Uji T.....	63
Tabel 4.9 Hasil Koefisien Determinasi.....	64