

## DAFTAR ISI

<b>HALAMAN SAMPUL DALAM.....</b>	<b>i</b>
<b>HALAMAN PERSETUJUAN .....</b>	<b>ii</b>
<b>HALAMAN PERNYATAAN.....</b>	<b>iii</b>
<b>HALAMAN MOTO DAN PERSEMBAHAN .....</b>	<b>iv</b>
<b>KATA PENGANTAR.....</b>	<b>v</b>
<b>ABSTRAK .....</b>	<b>vii</b>
<b>ABSTRACT .....</b>	<b>viii</b>
<b>DAFTAR ISI.....</b>	<b>ix</b>
<b>DAFTAR TABEL .....</b>	<b>xiii</b>
<b>DAFTAR GAMBAR.....</b>	<b>xiv</b>
<b>DAFTAR LAMPIRAN .....</b>	<b>xv</b>
<b>BAB I PENDAHULUAN.....</b>	<b>1</b>
1.1    Gambaran Umum .....	1
1.1.1    Profil Perusahaan .....	1
1.1.2    Produk Telkomsel .....	2
1.1.4    Visi dan Misi .....	2
1.1.5    Logo Perusahaan .....	3
1.2    Latar Belakang .....	3
1.3    Identifikasi Masalah .....	14
1.4    Tujuan Penelitian.....	14
1.5    Kegunaan Penelitian .....	14
1.6    Sistematika Penulisan.....	15
<b>BAB II TINJAUAN PUSTAKA.....</b>	<b>15</b>
2.1    Tinjauan Teori .....	16
2.1.1    Pemasaran .....	16
2.1.2    Manajemen Pemasaran.....	16
2.1.3    Persepsi .....	17
2.1.3.1    Faktor yang Mempengaruhi Persepsi.....	17
2.1.3.2    Proses Persepsi .....	17
2.1.3.3    Unsur-Unsur Persepsi .....	18

2.1.4	Harga .....	19
2.1.4.1	Konsep Harga .....	19
2.1.4.2	Penetapan Harga .....	20
2.1.5	Persepsi Harga .....	21
2.1.5.1	Dimensi Persepsi Harga .....	22
2.1.6	Kualitas .....	23
2.1.7	Persepsi Kualitas .....	24
2.1.7.1	Perspektif Terhadap Kualitas .....	25
2.1.7.2	Dimensi Persepsi Kualitas .....	26
2.1.8	<i>Theory Planned Behavior</i> .....	26
2.1.9	Perilaku Konsumen .....	28
2.1.10	Keputusan Pembelian .....	29
2.2	Hubungan Persepsi Harga dan Persepsi Kualitas Terhadap Keputusan Pembelian .....	31
2.2.1	Hubungan Persepsi Harga Terhadap Persepsi Kualitas .....	32
2.2.2	Hubungan Persepsi Kualitas Terhadap Keputusan Pembelian .....	32
2.2.3	Hubungan Persepsi Harga Terhadap Keputusan Pembelian .....	32
2.3	Penelitian Terdahulu .....	33
2.4	Kerangka Pemikiran .....	44
2.5	Hipotesis Penelitian .....	47
2.6	Ruang Lingkup Penelitian .....	47
<b>BAB III METODE PENELITIAN .....</b>		<b>47</b>
3.1	Jenis Penelitian .....	48
3.2	Variabel Operasional dan Skala Pengukuran .....	48
3.2.1	Variabel Operasional .....	48
3.2.2	Skala Pengukuran .....	50
3.3	Tahapan Penelitian .....	51
3.4	Populasi dan Sampel .....	53
3.4.1	Populasi .....	53
3.4.2	Sampel .....	53
3.4.2.1	Teknik Sampling .....	54
3.5	Teknik Pengumpulan Data .....	55
3.5.1	Data Primer .....	55

3.5.2	Data Sekunder .....	55
3.6	Teknik Analisis Data .....	55
3.6.1	Analisis Deskriptif .....	55
3.6.2	<i>Method of Succesive Interval</i> (MSI) .....	57
3.7	<i>Structural Equation Modeling</i> (SEM) .....	58
3.8	Metode Analisis Data .....	58
3.8.1	Pengukuran Model ( <i>Outer Model</i> ) .....	59
3.8.1.1	Uji Validitas .....	60
3.8.1.2	Uji Reliabilitas .....	61
3.8.2	Pengukuran Struktural ( <i>Inner Model</i> ) .....	62
3.8.2.1	Model Analisis Persamaan Struktural .....	62
3.9	Uji Hipotesis .....	63
<b>BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN.....</b>		<b>65</b>
4.1	Pengumpulan Data .....	65
4.2	Karakteristik Responden .....	65
4.2.1	Identitas Responden Berdasarkan Jenis Kelamin .....	65
4.2.2	Identitas Responden Berdasarkan Usia .....	67
4.2.3	Identitas Responden Berdasarkan Pekerjaan .....	68
4.2.4	Identitas Responden Berdasarkan Pendapatan .....	69
4.3	Hasil Penelitian.....	70
4.3.1	Analisis Deskriptif .....	70
4.3.2	Pengujian Data dan Model Penelitian .....	83
4.3.2.1	Evaluasi Model Pengukuran .....	83
4.3.2.2	<i>Convergen Validity</i> .....	83
4.3.2.3	<i>Discriminant Validity</i> .....	85
4.4	Evaluasi Model Struktural.....	86
4.4.1	<i>R-Square</i> .....	87
4.5	Analisis Hasil Penelitian dan Pembahasan.....	91
<b>BAB V KESIMPULAN DAN SARAN.....</b>		<b>96</b>
5.1	Pengumpulan Data .....	96
5.2	Saran .....	97
5.2.1	Saran Bagi Perusahaan PT. Telkomsel .....	97
5.2.2	Saran Bagi Peneliti Selanjutnya .....	99

<b>DAFTAR PUSTAKA .....</b>	<b>100</b>
<b>LAMPIRAN</b>	