

DAFTAR ISI

HALAMAN JUDUL	i
HALAMAN PENGESAHAN	ii
ABSTRAK.....	iii
HALAMAN PERSEMBAHAN.....	iv
HALAMAN MOTTO	v
KATA PENGANTAR.....	vi
DAFTAR ISI.....	viii
DAFTAR TABEL	x
DAFTAR GAMBAR.....	xii
BAB I PENDAHULUAN.....	1
1.1 Latar Belakang Masalah.....	1
1.2 Rumusan Masalah	3
1.3 Batasan Masalah	4
1.4 Tujuan Penelitian	4
1.5 Manfaat Penelitian	5
BAB II TINJAUAN PUSTAKA.....	6
2.1 Landasan Teori.....	6
2.2 Model Penelitian	37
2.3 Hipotesis	38

BAB III METODE PENELITIAN.....	40
3.1 Lokasi Penelitian.....	40
3.2 Variabel Penelitian	40
3.3 Definisi Operasional.....	40
3.4 Instrumen atau Alat Pengumpul Data.....	41
3.5 Data dan Teknik Pengumpulan Data.....	44
3.6 Populasi dan Sampel.....	45
3.7 Teknik Analisis	47
BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN	56
4.1 Uji Kevalidan Data.....	56
4.2 Analisa Deskriptif.....	62
4.3 Uji Asumsi Klasik	89
4.4 Pengujian Hipotesis	91
4.5 Pembahasan.....	98
BAB V KESIMPULAN DAN SARAN	100
5.1 Kesimpulan	100
5.2 Saran	101

DAFTAR PUSTAKA

LAMPIRAN

DAFTAR GAMBAR

Gambar 4.1	Histogram Pengujian Normalitas Data.....	89
Gambar 4.2	Grafik Normal Plot.....	90
Gambar 4.3	Kurva daerah Penerimaan dan Penolakan H_0	94
Gambar 4.4	Kurva daerah Penerimaan dan Penolakan H_0	95
Gambar 4.5	Kurva daerah Penerimaan dan Penolakan H_0	95
Gambar 4.6	Kurva daerah Penerimaan dan Penolakan H_0	96
Gambar 4.7	Kurva daerah Penerimaan dan Penolakan H_0	97



DAFTAR TABEL

Tabel 4.1	Hasil Pengujian Validitas Variabel Produk.....	57
Tabel 4.2	Hasil Pengujian Validitas Variabel Harga.....	57
Tabel 4.3	Hasil Pengujian Validitas Variabel Promosi.....	58
Tabel 4.4	Hasil Pengujian Validitas Variabel Harga.....	59
Tabel 4.5	Hasil Pengujian Validitas Variabel Keputusan Pemilihan.....	59
Tabel 4.6	Tabulasi Hasil Pengujian Reliabilitas.....	61
Tabel 4.7	Hasil pengujian Non Respon Bias dengan Independent Sample t-test.....	62
Tabel 4.8	Demografi Responden Penelitian	63
Tabel 4.9	Berdasarkan Jenis Kelamin	63
Tabel 4.10	Berdasarkan Pendapat.....	64
Tabel 4.11	Fasilitas yang ada di Mentari sudah mencukupi segala kebutuhan komunikasi.....	65
Tabel 4.12	Fasilitas bebas roaming nasional untuk semua jenis kartu merupakan nilai plus bagi Mentari.....	66
Tabel 4.13	Fasilitas internet yang di sediakan mentari mencukupi untuk mendapatkan informasi yang dibutuhkan	67
Tabel 4.14	Jangkauan dan sinyal operator mentari kuat sampai desa-desa	68
Tabel 4.15	Jangkauan operator Mentari sudah meluas/ merata sampai keseluruhan Indonesia.....	68
Tabel 4.16	Daerah blank jarang ditemukan pada operator Mentari.....	69
Tabel 4.17	Pelayanan Mentari melalui operatornya mudah di pahami.....	70
Tabel 4.18	Layanan bebas pulsa Mentari sangat mudah di hubungi dan bisa menyelesaikan segala permasalahan kartu Mentari.....	71
Tabel 4.19	Operator Mentari selalu memberitahu dan memperingatkan melalui SMS kalau batas masa aktif kartu hampir habis.....	72
Tabel 4.20	Harga kartu perdana Mentari sangat ekonomis.....	73
Tabel 4.21	Harga voucher operator Mentari terjangkau dan kompetitif dengan operator lain.....	74

Tabel 4.22	Tarif pulsa operator Mentari sangat ekonomis.....	75
Tabel 4.23	Tarif download internet cukup ekonomis bila dilihat dari manfaatnya....	76
Tabel 4.24	Operator Mentari sering memberikan discount tarif pulsa pada moment-moment tertentu.....	77
Tabel 4.25	Promosi operator Mentari melalui iklan di televisi cukup menarik.....	78
Tabel 4.26	Sponsorship operator Mentari melalui acara-acara kuis di televisi cukup mampu menarik minat konsumen.....	79
Tabel 4.27	Pelayanan karyawan Mentari sangat ramah dan simpatik.....	80
Tabel 4.28	Hadiah berupa souvenir sering diberikan Pada moment-moment tertentu.....	81
Tabel 4.29	Operator Mentari sering mengikuti kegiatan-kegiatan pameran untuk memperkenalkan produknya.....	82
Tabel 4.30	Voucher Mentari sangat gampang diperoleh di semua Counter Ponsel...	83
Tabel 4.31	Kartu Perdana Mentari selalu tersedia di semua Counter Ponsel.....	84
Tabel 4.32	Layanan transfer pulsa sangat memudahkan pengguna operator Mentari.....	84
Tabel 4.33	Pusat-pusat pelayanan Mentari selalu ada di setiap Kota dan letaknya strategis dan mudah di jangkau.....	85
Tabel 4.34	Pengambilan keputusan memilih provider Mentari, tidak dipengaruhi oleh orang lain.....	86
Tabel 4.35	Keputusan memilih provider Mentari karena pertimbangan kualitas produk, harga, promosi, dan distribusi yang baik.....	87
Tabel 4.36	Pemilihan operator Mentari karena telah teruji dan terbukti.....	88
Tabel 4.37	Tabulasi Hasil Pengujian Regresi.....	92