

## DAFTAR ISI

<b>HALAMAN JUDUL.....</b>	<b>i</b>
<b>HALAMAN PENGESAHAN.....</b>	<b>ii</b>
<b>PERNYATAAN KEASLIAN.....</b>	<b>iii</b>
<b>MOTTO .....</b>	<b>iv</b>
<b>HALAMAN PERSEMBAHAN.....</b>	<b>v</b>
<b>KATA PENGANTAR.....</b>	<b>vi</b>
<b>DAFTAR ISI.....</b>	<b>viii</b>
<b>DAFTAR TABEL.....</b>	<b>xvi</b>
<b>DAFTAR GAMBAR.....</b>	<b>xvii</b>
<b>DAFTAR LAMPIRAN .....</b>	<b>xviii</b>
<b>ABSTRAK .....</b>	<b>xix</b>
<b>BAB I. PENDAHULUAN.....</b>	<b>1</b>
<b>A. Latar Belakang Masalah .....</b>	<b>1</b>
<b>B. Rumusan masalah .....</b>	<b>6</b>
<b>C. Tujuan Penelitian .....</b>	<b>6</b>
<b>D. Manfaat Penelitian.....</b>	<b>7</b>
<b>BAB II. TINJAUAN PUSTAKA.....</b>	<b>8</b>
<b>A. Landasan Teori .....</b>	<b>8</b>
1. Produk .....	8
2. Kualitas Produk.....	9

3. Tingkat Produk.....	9
a. Produk Utama atau Inti .....	9
b. Produk Generik .....	10
c. Produk Harapan.....	10
d. Produk Pelengkap.....	10
e. Produk Potensial.....	10
4. Dimensi Kualitas Produk .....	10
a. <i>Performance</i> (Kinerja) .....	10
b. <i>Durability</i> (Daya Tahan).....	11
c. <i>Conformance to specifications</i> (Kesesuaian dengan Spesifikasi).....	11
d. <i>Features</i> (Fitur) .....	11
e. <i>Reliability</i> (Reliabilitas) .....	11
f. <i>Aesthetics</i> (Estetika).....	11
g. <i>Perceived Quality</i> (Kesan Kualitas).....	11
h. <i>Service Ability</i> .....	12
5. Pelayanan .....	12
6. Kualitas Pelayanan .....	12
7. Dimensi Pelayanan.....	12
a. <i>Tangibles</i> (Bukti Fisik) .....	12
b. <i>Reliability</i> (Keandalan) .....	12
c. <i>Responsiveness</i> (Daya Tanggap).....	13

d. <i>Assurance</i> (Jaminan) .....	13
e. <i>Emphaty</i> (Empati) .....	13
8. Strategi Kualitas Pelayanan.....	13
a. Atribut Pelayanan.....	13
b. Pendekatan Menyempurnakan Kualitas Pelayanan ..	14
c. Sistem umpan Balik .....	14
9. Harga .....	15
10. Strategi Penetapan Harga .....	16
a. Penerapan Harga Geografis.....	16
b. <i>Discount</i> atau Potongan Harga.....	16
c. Penetapan Harga Diskriminasi.....	16
d. Penetapan Harga Bauran Produk .....	16
e. Penetapan Harga Promosi .....	16
11. Indikator Presepsi Harga .....	17
a. Harga Terjangkau.....	17
b. Perbandingan Harga dengan Kompetitor .....	17
c. Kesesuaian Harga dengan Kualitas .....	17
12. Karakteristik yang Mempengaruhi Perilaku Konsumen .	17
a. Faktor Budaya .....	17
1) Budaya .....	17
2) Subbudaya .....	17
3) Kelas Sosial .....	17

b. Faktor Sosial.....	18
1) Kelomok.....	18
2) Keluarga.....	18
3) Peran dan Status.....	18
c. Faktor Pribadi.....	18
1) Usia dan Tahap Siklus Hidup.....	18
2) Pekerjaan.....	18
3) Situasi Ekonomi.....	19
4) Gaya Hidup.....	19
5) Kepribadian dan Konsep Diri.....	19
d. Faktor Psikologis.....	19
1) Motivasi.....	19
2) Persepsi.....	19
3) Pembelajaran.....	19
4) Keyakinan dan Sikap.....	19
13. Jenis-jenis Perilaku Keputusan Pembelian.....	20
a. Perilaku Pembelian Kompleks.....	20
b. Perilaku Pembelian Pengurangan Disonasi.....	20
c. Perilaku Pembelian Kebiasaan.....	20
d. Perilaku Pembelian Mencari Keragaman.....	20
14. Proses Keputusan Pembelian.....	21
a. Pengenalan Kebutuhan.....	21

b. Pencarian Informasi .....	21
c. Evaluasi Alternatif .....	21
d. Keputusan Pembelian.....	21
e. Perilaku Pasca Pembelian .....	22
15. Pihak-pihak yang Terlibat dalam Proses Keputusan Pembelian.....	22
a. Pengguna ( <i>users</i> ) .....	22
b. Orang yang Mempengaruhi ( <i>influencers</i> ) .....	22
c. Pembeli ( <i>buyers</i> ) .....	22
d. Pengambil Keputusan ( <i>deciders</i> ) .....	23
e. Penjaga Gerbang ( <i>gate keepers</i> ).....	23
16. Pengertian Keputusan Pembelian.....	23
17. Dimensi Keputusan Pembelian .....	24
a. Produk/merek .....	24
b. Penyalur.....	24
c. Kualitas .....	24
d. Waktu .....	24
e. Metode Pembayaran.....	24
<b>B. Penelitian Terdahulu .....</b>	<b>25</b>
<b>C. Hubungan Antar Variabel .....</b>	<b>26</b>
1. Pengaruh Kualitas Produk terhadap Keputusan Pembelian.....	26

2. Pengaruh Kualitas Pelayanan terhadap Keputusan Pembelian.....	26
3. Pengaruh Harga terhadap Keputusan Pembelian .....	27
<b>D. Kerangka Konseptual .....</b>	<b>28</b>
<b>E. Hipotesis Penelitian.....</b>	<b>29</b>
<b>BAB III. METODE PENELITIAN .....</b>	<b>30</b>
<b>A. Rancangan Penelitian .....</b>	<b>30</b>
<b>B. Obyek dan Waktu Penelitian .....</b>	<b>30</b>
<b>C. Populasi .....</b>	<b>30</b>
<b>D. Sampel dan Teknik Sampling .....</b>	<b>31</b>
1. Sampel.....	31
2. Teknik Pengambilan Sampel.....	31
<b>E. Jenis Data Penelitian.....</b>	<b>32</b>
1. Data Primer .....	32
2. Data Sekunder .....	32
<b>F. Prosedur Pengambilan Data .....</b>	<b>32</b>
<b>G. Klasifikasi Variabel Penelitian.....</b>	<b>33</b>
1. Variabel Independen .....	33
2. Variabel Dependen.....	33
<b>H. Definisi Operasional Variabel.....</b>	<b>33</b>
1. Variabel Independen .....	33
a. Kualitas Produk.....	33

b. Kualitas Pelayanan .....	35
c. Harga .....	35
2. Variabel Dependen.....	36
a. Keputusan Pembelian.....	36
<b>I. Uji Instrumen .....</b>	<b>38</b>
1. Uji Validitas .....	38
2. Uji Reliabilitas .....	41
<b>J. Teknik Analisis Data.....</b>	<b>42</b>
1. Analisis Deskriptif .....	42
2. Analisis Kuantitatif .....	42
3. Analisis Regresi Linier Berganda .....	42
4. Uji Hipotesis .....	43
a. Uji Simultan .....	44
b. Uji Parsial.....	45
c. Koefisien Determinasi ( $R^2$ ).....	47
<b>BAB IV. HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN.....</b>	<b>48</b>
<b>A. Analisis Deskriptif.....</b>	<b>48</b>
1. Deskripsi Karakteristik Responden.....	48
2. Deskripsi Variabel Penelitian.....	51
a. Variabel Kualitas Produk .....	51
b. Variabel Kualitas Pelayanan .....	52
c. Variabel Harga .....	53

d. Variabel Keputusan Pembelian .....	54
<b>B. Analisis Kuantitatif .....</b>	<b>55</b>
1. Analisis Regresi Linier Berganda .....	55
2. Pengujian Hipotesis.....	57
a. Uji Parsial.....	57
b. Uji Simultan .....	58
c. Koefisien Determinasi.....	59
<b>C. Pembahasan .....</b>	<b>60</b>
a. Pengaruh Kualitas Produk Terhadap Keputusan Pembelian Indihome PT. Telkom Yogyakarta.....	60
b. Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Keputusan Pembelian Indihome PT. Telkom Yogyakarta.....	61
c. Pengaruh Harga Terhadap Keputusan Pembelian Indihome PT. Telkom Yogyakarta.....	62
d. Pengaruh Kualitas Produk Kualitas Pelayanan dan Harga Berpengaruh terhadap Keputusan Pembelian Bersama-sama pada Pelanggan PT. Telkom Yogyakarta .....	62
<b>BAB V. KESIMPULAN DAN SARAN .....</b>	<b>64</b>
A. Kesimpulan .....	64
B. Saran.....	64
<b>DAFTAR PUSTAKA .....</b>	<b>66</b>