

DAFTAR ISI

HALAMAN COVER	
LEMBAR PENGESAHANi
MOTTO DAN PERSEMBAHAN	ii
ABSTRAKSI	iii
KATA PENGANTAR	vi
DAFTAR ISI	viii
DAFTAR TABEL	xi
DAFTAR GAMBAR	xiii
BAB I PENDAHULUAN	1
1.1 Latar Belakang Masalah	1
1.2 Rumusan Masalah	7
1.3 Tujuan Penelitian	8
1.4 Manfaat Penelitian ,	8
1.5 Tinjauan Pustaka	9
1.5.1 Tinjauan Empirik	9
1.5.2 Tinjauan Teoritik	14
1.5.2.1 Pemasaran Jasa	15
1.5.2.2 Karakteristik Jasa	15
1.5.2.3 Klasifikasi Jasa	16
1.5.2.4 Bauran Pemasaran Jasa.....	18
1.5.2.5 Unsur-unsur bauran Pemasaran Jasa	19
1.5.2.6 Kualitas Jasa	21
1.5.2.7 Dimensi Kualitas Jasa.....	23
1.5.2.8 Harga.....	24
1.5.2.9 Strategi dan Taktik Penentuan Harga.....	25
1.5.2.10 Peranan Harga	27
1.5.2.11 Indikator Harga	29
1.5.2.12 Perilaku Konsumen.....	29
1.5.2.12 Keputusan Pembelian Konsumen	26
1.5.2.13 Indikator Keputusan Pembelian Konsumen	30
1.5.2.14 Pengaruh Kualitas Jasa dan Harga terhadap Keputusan Pembelian Konsumen	36
1.5.2.14.1 Pengaruh Kualitas Jasa terhadap Keputusan Pembelian Konsumen	36
1.5.2.14.2 Pengaruh Harga terhadap Keputusan Pembelian Konsumen	37
1.6 Kerangka Pemikiran.....	38
1.7 Definisi Konsep dan Definisi Operasional.....	39

1. Definisi Konsep	39
2. Definisi Operasional	40
1.8 Hipotesis.....	43
1.9 Metode Penelitian	44
1.9.1 Tipe Penelitian.....	44
1.9.2 Ruang Lingkup Penelitian	44
1.9.3 Alasan Pemilihan Lokasi Penelitian	44
1.9.4 Sumber Data	45
1.9.5 Teknik Pengumpulan Data	45
1.9.6 Populasi dan Sampel.....	46
1.9.6.1 Populasi	46
1.9.6.2 Sampel.....	47
1.9.7 Teknik sampling.....	48
1.9.8 Uji Validitas dan Reliabilitas	49
1.9.7.1 Uji Validitas.....	49
1.9.7.2 Uji Reliabilitas.....	50
1.9.9 Uji Asumsi Klasik	50
1.9.9.1 Uji Normalitas.....	50
1.9.9.2 Uji Multikolonieritas	51
1.9.9.3 Uji Heteroskedastisitas.....	52
1.9.10 Teknik Analisis Data.....	53
1.9.10.1 Analisis Statistik Deskriptif	53
1.9.10.2 Analisis Statistik Inferensial	53
1.9.10.3 Analisis Regresi Linier Berganda	54
1.9.11 Uji Hipotesis	55
1.9.11.1 Analisis Uji F (Uji Secara Simultan)	55
1.9.11.2 Analisis Uji t (Uji Secara Parsial).....	55
1.9.12 Analisis Uji R (Koefisien Determinasi).....	56
BAB II GAMBARAN UMUM PERUSAHAAN	57
2.1 Sejarah PT. Hutchison CP Telecommunications	57
2.2 Logo PT. Hutchison CP Telecommunications.....	60
2.3 Visi dan Misi PT. Hutchison CP Telecommunications	60
2.4 Struktur Organisasi	61
2.5 Produk Paket Internet 3 (Tri)	62
BAB III HASIL DAN PEMBAHASAN	63
3.1 Karakteristik Responden	63
3.2 Hasil Uji Instrumen Penelitian.....	67
3.2.1 Uji Validitas	67
3.2.2 Uji Reliabilitas	68
3.3 Analisis Data Hasil Penelitian.....	69

3.3.1 Analisis Statistik Deskriptif	69
3.3.1.1 Kualitas Jasa.....	70
3.3.1.2 Harga.....	83
3.3.1.3 Keputusan Pembelian.....	87
3.4 Uji Asumsi Klasik	94
3.4.1 Uji Normalitas.....	94
3.4.2 Uji Multikolonieritas.....	94
3.4.4 Uji Heteroskedastisitas.....	95
3.5 Analisis Regresi Linier Berganda	96
3.6 Pengujian Hipotesis.....	98
3.7 Koefisien Determinasi (R ²)	99
3.8 Pembahasan.....	100
3.8.1 Pengaruh Kualitas Jasa (X ₁), Harga (X ₂) secara simultan terhadap Keputusan Pembelian (Y)	100
3.8.2 Pengaruh Kualitas Jasa (X ₁) terhadap Keputusan Pembelian Konsumen (Y).....	101
3.8.3 Pengaruh Harga (X ₂) terhadap Keputusan Pembelian Konsumen (Y).....	102
3.8.4 Pengaruh Kualitas Harga (X ₁) dan Harga (X ₂) yang paling Dominan terhadap Keputusan Pembelian Konsumen (Y)	103
BAB IV PENUTUP	104
4.1 Kesimpulan	104
4.2 Saran.....	105
DAFTAR PUSTAKA	106

DAFTAR TABEL

Tabel 1.1	Pertumbuhan Jumlah Pelanggan Tri 2012-2016.....	3
Tabel 1.2	<i>Top Brand Index Operator Seluler Tri</i> 2013-2016.....	4
Tabel 1.3	Harga 5 Data Operator Seluler yang banyak digunakan oleh Mahasiswa di Jl. Dirgantara Babarsari Yogyakarta	5
Tabel 1.4	Penelitian Terdahulu	11
Tabel 1.5	Operasionalisasi Variabel	41
Tabel 1.6	Skala Likert	46
Tabel 1.7	Populasi Penelitian.....	47
Tabel 1.8	Jumlah Sampel	49
Tabel 3.1	Karakteristik Responden Berdasarkan Usia	64
Tabel 3.2	Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis Kelamin	65
Tabel 3.3	Karakteristik Responden Berdasarkan Jangka Waktu Menggunakan Tri	65
Tabel 3.4	Karakteristik Responden Berdasarkan Besaran Paket yang Digunakan.....	66
Tabel 3.5	Hasil Uji Validitas.....	67
Tabel 3.6	Hasil Uji Reliabilitas.....	68
Tabel 3.7	Kategori Skor	69
Tabel 3.8	Skala Distribusi	70
Tabel 3.9	Sim <i>card</i> tidak mudah rusak	70
Tabel 3.10	Informasi pada kemasan jelas	71
Tabel 3.11	Segel pada kemasan kuat	72
Tabel 3.12	Jaringan Tri stabil.....	73
Tabel 3.13	Merek operator seluler Tri terpercaya dari waktu ke waktu	73
Tabel 3.14	Informasi yang diberikan oleh aplikasi Bima Tri akurat dan terpercaya.....	74
Tabel 3.15	Penyampaian informasi yang responsif kepada konsumen.....	75
Tabel 3.16	Kemampuan memberikan layanan koneksi yang cepat	76
Tabel 3.17	Terdapat kesesuaian iklan dengan fakta Tri.....	77
Tabel 3.18	Informasi dari perusahaan yang terjamin kebenarannya.....	78
Tabel 3.19	Personil di Tri merupakan orang yang berkompeten dibidangnya	79

Tabel 3.20 Kesiediaan <i>customer service</i> Tri membantu keluhan konsumen untuk mendapatkan informasi	80
Tabel 3.21 Kesiediaan <i>customer service</i> tri melayani kebutuhan konsumen yang spesifik	81
Tabel 3.22 Rekapitulasi rata-rata item Kualitas Jasa	82
Tabel 3.23 Harga Tri terjangkau	83
Tabel 3.24 Harga paket kuota Tri lebih kompetitif dibandingkan operator seluler lain.....	84
Tabel 3.25 Harga yang diberikan sudah sesuai atau pantas dengan layanan yang saya dapat	85
Tabel 3.26 Rekapitulasi rata-rata item Harga	86
Tabel 3.27 Saya lebih memilih membeli operator seluler Tri dibandingkan operator seluler lain.....	87
Tabel 3.28 Saya merasa yakin memilih membeli operator seluler Tri setelah mengetahui kualitas layanan dan harganya.....	88
Tabel 3.29 Saya sudah terbiasa menggunakan operator seluler Tri.....	89
Tabel 3.30 Saya merekomendasikan operator seluler Tri kepada orang lain atas manfaat yang saya rasakan.....	90
Tabel 3.31 Ketika kuota atau paket data habis saya selalu membeli operator seluler Tri kembali	91
Tabel 3.32 Rekapitulasi rata-rata item Keputusan Pembelian	92
Tabel 3.33 Rekapitulasi Total Variabel Kualitas Jasa, Harga,Keputusan Pembelian.....	93
Tabel 3.34 Uji Normalitas.....	94
Tabel 3.35 Uji Multikolonieritas.....	95
Tabel 3.36 Uji Regresi Linier Berganda	96
Tabel 3.37 Uji Hipotesis Secara Simultan	98
Tabel 3.38 Uji Hipotesis Secara Parsial.....	99
Tabel 3.39 Uji Koefisien Determinasi	100

DAFTAR GAMBAR

Gambar 1.1 Proses Pembelian : Aktivitas Pelanggan dalam Memilih, Menggunakan dan Menilai Jasa	31
Gambar 1.2 Kerangka Pemikiran.....	38
Gambar 1.3 Model Hipotesis	43
Gambar 2.1 Logo PT. Hutchison CP Telecommunications.....	60
Gambar 2.2 Struktur Organisasi.....	61
Gambar 2.3 Perdana JUMBO.....	62
Gambar 2.4 Indie+.....	63
Gambar 2.5 AlwaysOn (AoN).....	65
Gambar 2.6 Jagoan Internet 1000 (Janet)	65
Gambar 2.7 Kartu Get More	66
Gambar 3.1 Uji Heteroskedastisitas.....	95