

DAFTAR ISI

| | |
|---|------------------------------|
| HALAMAN PERSETUJUAN | Error! Bookmark not defined. |
| LEMBAR PERNYATAAN | iv |
| MOTTO | v |
| ABSTRAKSI | viii |
| DAFTAR ISI | ix |
| DAFTAR TABEL | xii |
| DAFTAR GAMBAR | xiii |
| DAFTAR LAMPIRAN | xiv |
| BAB I | 1 |
| PENDAHULUAN | 1 |
| A. Latar Belakang Masalah | 1 |
| B. Rumusan Masalah | 9 |
| C. Tujuan Penelitian | 10 |
| D. Manfaat Penelitian..... | 11 |
| BAB II | 12 |
| TINJAUAN PUSTAKA | 12 |
| A. Landasan Teori..... | 12 |
| 1. Keputusan Berlangganan IndiHome..... | 12 |
| 2. Persepsi Harga | 23 |
| 3. Kualitas produk | 30 |
| 4. Citra Merek..... | 39 |
| B. Penelitian terdahulu..... | 43 |
| C. Hubungan Antar Variabel..... | 44 |
| 1. Hubungan Persepsi Harga, Kualitas Produk, Citra Merek dan Keputusan Berlangganan. | 44 |
| 2. Hubungan Persepsi Harga dan Keputusan Berlangganan..... | 44 |
| 3. Hubungan Kualitas Produk dan Keputusan Berlangganan..... | 45 |
| 4. Hubungan Citra Merek dan Keputusan Berlangganan | 45 |
| D. Kerangka Konseptual | 45 |
| E. Hipotesis..... | 46 |

| | |
|---|-----------|
| BAB III..... | 48 |
| METODE PENELITIAN..... | 48 |
| A. Rancangan Penelitian | 48 |
| B. Objek Penelitian..... | 48 |
| C. Populasi | 49 |
| D. Sampel dan Teknik <i>Sampling</i> | 49 |
| 1. Sampel | 49 |
| 2. Teknik <i>Sampling</i> | 49 |
| 3. Besaran Sampel..... | 50 |
| E. Jenis Data Penelitian | 51 |
| 1. Data Primer | 51 |
| 2. Data Sekunder | 51 |
| F. Prosedur Pengambilan Data | 52 |
| G. Klasifikasi variabel Penelitian..... | 52 |
| 1. Variabel bebas (<i>independent variable</i>)..... | 52 |
| 2. Variabel Terikat (<i>dependent variable</i>) | 53 |
| H. Definisi Operasional Variabel..... | 53 |
| I. Skala Pengukuran Variabel Penelitian..... | 55 |
| J. Uji Intrumen..... | 56 |
| 1. Uji Validitas..... | 56 |
| 2. Uji Reliabilitas | 59 |
| K. Teknik Analisis Data | 60 |
| 1. Analisis Deskriptif..... | 60 |
| 2. Analisis Kuantitatif | 61 |
| 3. Uji F (Koefisien Regresi Secara Bersama-Sama) | 62 |
| 4. Uji t..... | 63 |
| 5. Koefisien Determinasi (R^2)..... | 64 |
| BAB IV | 65 |
| ANALISIS DAN PEMBAHASAN | 65 |
| A. Analisis Deskriptif | 65 |
| 1. Karakteristik Responden..... | 65 |
| 2. Analisis Deskriptif Variabel | 68 |
| B. Analisis Kuantitatif..... | 71 |

| | |
|--|-----------|
| 1. Regresi Berganda | 71 |
| 2. Hasil Uji Hipotesis | 73 |
| C. Pembahasan | 76 |
| 1. Pengaruh Persepsi Harga, Kualitas Produk dan Citra Merek terhadap Keputusan Berlangganan IndiHome..... | 76 |
| 2. Pengaruh Persepsi Harga Terhadap Keputusan Berlangganan IndiHome | 77 |
| 3. Pengaruh Kualitas Produk terhadap Keputusan Berlangganan IndiHome | 78 |
| 4. Pengaruh Citra Merek terhadap Keputusan Berlangganan IndiHome | 80 |
| BAB V | 82 |
| KESIMPULAN DAN SARAN | 82 |
| A. Kesimpulan | 82 |
| B. Saran..... | 82 |
| DAFTAR PUSTAKA | 84 |

DAFTAR TABEL

| | | |
|------------|---|----|
| Tabel 1.1 | Perusahaan <i>Fixed Broadband</i> di Yogyakarta | 3 |
| Tabel 1.2 | Perbandingan Harga Layanan <i>Fixed Broadband</i> 2019..... | 5 |
| Tabel 1.3 | Daftar Top Brand | 7 |
| Tabel 2.1 | Penelitian Terdahulu..... | 43 |
| Tabel 3.1 | Tabel Operasional Variabel | 53 |
| Tabel 3.2 | Alternatif jawaban Skala <i>Likert</i> | 55 |
| Tabel 3.3 | Hasil Uji Validitas | 58 |
| Tabel 3.4 | Hasil Uji Reliabilitas | 59 |
| Tabel 4.1 | Karakteristik Responden Berdasarkan Usia | 65 |
| Tabel 4.2 | Karakteristik Responden Berdasarkan Domisili | 66 |
| Tabel 4.3 | Karakteristik Responden Berdasarkan Lama Waktu Berlangganan..... | 67 |
| Tabel 4.4 | Karakteristik Responden Berdasarkan Kecepatan Internet | 67 |
| Tabel 4.5 | Tanggapan Responden berdasarkan Variabel Persepsi Harga..... | 68 |
| Tabel 4.6 | Tanggapan Responden berdasarkan Variabel Kualitas Produk..... | 69 |
| Tabel 4.7 | Tanggapan Responden berdasarkan Variabel Citra Merek | 70 |
| Tabel 4.8 | Tanggapan Responden berdasarkan Variabel Keputusan Berlangganan IndiHome | 71 |
| Tabel 4.9 | Hasil Analisis Regresi Berganda..... | 72 |
| Tabel 4.10 | Hasil Analisis Uji F | 74 |
| Tabel 4.11 | Hasil Uji Koefisien Determinasi | 76 |

DAFTAR GAMBAR

| | |
|---|----|
| Gambar 1.1 Grafik Jumlah Pelanggan Pasang IndiHome Periode Januari 2015- Agustus 2016..... | 4 |
| Gambar 2.1 Langkah – langkah Antara Evaluasi Alternatif dan Keputusan Pembelian | 19 |
| Gambar 2.2 Kerangka pemikiran..... | 46 |

DAFTAR LAMPIRAN

| | | |
|--------------|--------------------------------------|-----|
| Lampiran I | Kuesioner | 86 |
| Lampiran II | Rekapitulasi Data Kelompok Uji | 92 |
| Lampiran III | Uji Validitas Dan Reliabilitas | 99 |
| Lampiran IV | Rekapitulasi Kelompok Responden..... | 103 |
| Lampiran V | Analisis Deskriptif | 126 |
| Lampiran VI | Analisis Regresi berganda..... | 131 |