

DAFTAR ISI

ABSTRAK	iii
<i>ABSTRACT</i>	iv
LEMBAR PENGESAHAN SKRIPSI	v
PERNYATAAN ORISINALITAS	vi
LEMBAR PERNYATAAN PERSETUJUAN PUBLIKASI	vii
LEMBAR PERSEMBAHAN	viii
KATA PENGANTAR	ix
DAFTAR ISI.....	xi
DAFTAR GAMBAR	xiv
DAFTAR TABEL.....	xv
DAFTAR LAMPIRAN.....	xvii
BAB I PENDAHULUAN.....	1
1.1 Latar Belakang Penelitian.....	1
1.2 Pertanyaan Penelitian	10
1.3 Tujuan Penelitian.....	11
1.4 Manfaat Penelitian.....	11
BAB II KAJIAN PUSTAKA	13
2.1 Teori Pendukung.....	13
2.1.1 Deskripsi Konseptual	13
2.1.2 Hasil Penelitian yang Relevan	27
2.2 Kerangka Teori dan Pengembangan Hipotesis.....	41
2.2.1 Kerangka Teoritik	41
2.2.2 Perumusan Hipotesis.....	44
BAB III METODE PENELITIAN	45

3.1	Tempat dan Waktu Penelitian	45
3.1.1	Tempat Penelitian	45
3.1.2	Waktu Penelitian	45
3.2	Desain Penelitian	45
3.2.1	Metode	45
3.2.2	Konstelasi Pengaruh Antar Variabel.....	46
3.3	Populasi dan Sampel	47
3.3.1	Populasi.....	47
3.3.2	Sampel.....	47
3.4	Teknik Pengumpulan Data	48
3.4.1	Variabel <i>Dependent</i> (Variabel Y)	48
3.4.2	Variabel <i>Independent</i> (Variabel X1).....	53
3.4.3	Variabel <i>Independent</i> (Variabel X2).....	57
3.5	Teknik Analisis Data.....	62
3.5.1	Uji Persyaratan Analisis.....	62
3.5.2	Uji Hipotesis	65
BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN.....		67
4.1	Deskripsi Data	67
4.1.1	Profil Responden.....	67
4.2	Profil Data	72
4.2.1	Data <i>Customer Satisfaction</i>	73
4.2.2	Data <i>Brand Image</i>	76
4.2.3	Data <i>Service Quality</i>	80
4.3	Pengujian Hipotesis	84
4.3.1	Uji Persyaratan Analisis.....	84
4.3.2	Uji Hipotesis	90
4.4	Pembahasan	96

4.4.1	Pengaruh <i>Brand Image</i> Terhadap <i>Customer Satisfaction</i>	96
4.4.2	Pengaruh <i>Service Quality</i> Terhadap <i>Customer Satisfaction</i>	98
BAB V PENUTUP.....		100
5.1	Kesimpulan.....	100
5.2	Implikasi.....	101
5.3	Keterbatasan Penelitian	102
5.4	Rekomendasi Penelitian Selanjutnya	102
5.5	Saran.....	103
DAFTAR PUSTAKA		105
LAMPIRAN.....		113



DAFTAR GAMBAR

Gambar 1. 1 Penetrasi Pengguna Internet 2018-2019.....	2
Gambar 1. 2 Fakta unik IndiHome dalam angka	3
Gambar 1. 3 Wifi rumah yang digunakan masyarakat DKI.....	5
Gambar 1. 4 IndiHome memiliki citra merek yang baik	6
Gambar 1. 5 Kendala yang dirasakan pengguna IndiHome.....	7
Gambar 2. 1 Kerangka Teori dan Hipotesis.....	44
Gambar 3. 1 Konstelasi Pengaruh Antar Variabel.....	46
Gambar 4. 4 Uji Normalitas (<i>Probability Plot</i>) X1 terhadap Y	86
Gambar 4. 5 Uji Normalitas (<i>Probability Plot</i>) X2 terhadap Y	86



DAFTAR TABEL

Tabel 1. 1 Top Brand Award Kategori Telekomunikasi (ISP FIXED).....	4
Tabel 2. 1 Matriks Penelitian Terdahulu.....	35
Tabel 2. 2 Persamaan dan Perbandingan dengan Penelitian Terdahulu.....	36
Tabel 3. 1 Kisi-kisi Instrumen <i>Customer Satisfaction</i>	49
Tabel 3. 2 Alternatif Jawaban <i>Skala Likert</i>	50
Tabel 3. 3 Kisi-kisi Instrumen <i>Brand Image</i>	54
Tabel 3. 4 Alternatif Jawaban <i>Skala Likert</i>	54
Tabel 3. 5 Kisi-kisi Instrumen <i>Service Quality</i>	58
Tabel 3. 6 Alternatif Jawaban <i>Skala Likert</i>	59
Tabel 3. 7 Koefisiensi Korelasi dan Tingkat Hubungan.....	66
Tabel 4. 1 Sebaran Wilayah Domisili Responden	67
Tabel 4. 2 Sebaran Usia Responden.....	68
Tabel 4. 3 Sebaran Jenis Kelamin Responden	69
Tabel 4. 4 Sebaran Pendidikan Terakhir Responden	69
Tabel 4. 5 Sebaran Pekerjaan Responden	70
Tabel 4. 6 Sebaran Pengeluaran Bulanan Responden.....	71
Tabel 4. 7 Sebaran Lama Berlangganan Responden.....	72
Tabel 4. 8 Statistika Deskriptif <i>Customer Satisfaction</i>	74
Tabel 4. 9 Distribusi Frekuensi <i>Customer Satisfaction</i>	74
Tabel 4. 10 Rata-rata Hitung Skor Indikator Variabel Y	75
Tabel 4. 11 Statistika Deskriptif <i>Brand Image</i>	77
Tabel 4. 12 Distribusi Frekuensi <i>Brand Image</i>	78
Tabel 4. 13 Rata-rata Hitung Skor Indikator Variabel X1	78
Tabel 4. 14 Statistika Deskriptif <i>Service Quality</i>	81
Tabel 4. 15 Distribusi Frekuensi <i>Service Quality</i>	82
Tabel 4. 16 Rata-rata Hitung Skor Indikator Variabel X2.....	82
Tabel 4. 17 Hasil Uji Normalitas Galat Taksiran Regresi Y atas X1,X2.....	85
Tabel 4. 18 Hasil Uji Linieritas antara Y dengan X1	87

Tabel 4. 19 Hasil Uji Linieritas antara Y dengan X2.....	88
Tabel 4. 20 Hasil Uji Persamaan Regresi Linier Sederhana	89
Tabel 4. 21 Hasil Uji Persamaan Regresi Linier Sederhana	90
Tabel 4. 22 Hasil Uji Signifikansi Parsial (Uji t).....	91
Tabel 4. 23 Hasil Uji Signifikansi Parsial (Uji t).....	92
Tabel 4. 24 Hasil Uji Analisis Korelasi <i>Pearson</i>	93
Tabel 4. 25 Hasil Uji Analisis Korelasi <i>Pearson</i>	94
Tabel 4. 26 Hasil Uji Koefisien Determinasi X1 terhadap Y	95
Tabel 4. 27 Hasil Uji Koefisien Determinasi X2 terhadap Y	96



DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran 1 Lembar Konsultasi Skripsi	113
Lampiran 2 Lembar Saran dan Perbaikan Skripsi.....	114
Lampiran 3 Kuesioner Survei Awal.....	115
Lampiran 4 Uji Coba Kuesioner Penelitian	119
Lampiran 5 Uji Validitas Data Variabel <i>Brand Image</i> (X1).....	129
Lampiran 6 Uji Validitas Data Variabel <i>Service Quality</i> (X2).....	130
Lampiran 7 Uji Validitas Data Variabel <i>Customer Satisfaction</i> (Y)	131
Lampiran 8 Uji Reliabilitas Data Variabel <i>Brand Image</i> (X1).....	132
Lampiran 9 Uji Reliabilitas Data Variabel <i>Service Quality</i> (X2)	133
Lampiran 10 Uji Reliabilitas Data Variabel <i>Customer Satisfaction</i> (Y)	134
Lampiran 11 Kuesioner Uji Final	135
Lampiran 12 Data Uji Final <i>Brand Image</i> (X1).....	145
Lampiran 13 Data Uji Final <i>Service Quality</i> (X2).....	151
Lampiran 14 Data Uji Final <i>Customer Satisfaction</i> (Y)	157
Lampiran 15 Deskripsi Data <i>Brand Image</i> (X1).....	163
Lampiran 16 Deskripsi Data <i>Service Quality</i> (X2).....	164
Lampiran 17 Deskripsi Data <i>Customer Satisfaction</i> (Y)	165
Lampiran 18 Hasil Output SPSS Uji Normalitas.....	166
Lampiran 19 Uji Linieritas.....	168
Lampiran 20 Perhitungan Persamaan Regresi Sederhana.....	169
Lampiran 21 Uji Signifikans Parsial (Uji t)	170
Lampiran 22 Perhitungan Korelasi <i>Pearson</i>	171
Lampiran 23 Perhitungan Koefisien Determinasi.....	172
Lampiran 24 Tabel t.....	173