

DAFTAR ISI

JUDUL	
LEMBAR PENGESAHAN.....	ii
PERNYATAAN ORISINALITAS.....	iii
ABSTRAK	iv
<i>ABSTRACT</i>	v
KATA PENGANTAR	vi
DAFTAR ISI.....	viii
DAFTAR TABEL	x
DAFTAR GAMBAR	xii
DAFTAR LAMPIRAN	xiii
BAB I PENDAHULUAN	
1.1 Latar Belakang Masalah	1
1.2 Identifikasi Masalah	7
1.3 Pembatasan Masalah	8
1.4 Rumusan Masalah	9
1.5 Manfaat Penelitian	9
BAB II KAJIAN TEORETIK	
2.1 Deskripsi Konseptual	10
2.2 Hasil Penelitian Yang Relevan	27
2.3 Kerangka Teoretik	36
2.4 Perumusan Hipotesis	39
BAB III METODOLOGI PENELITIAN	
3.1 Tujuan Penelitian	40

3.2 Tempat dan Waktu Penelitian	40
3.3 Metode Penelitian	41
3.4 Populasi, Sampling, dan Teknik Pengambilan Sampel	42
3.5 Teknik Pengumpulan Data	47
3.6 Operasionalisasi Variabel Penelitian	49
3.7 Teknik Analisis Data	52
3.8 Alat Analisis Data	59
BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN	
4.1 Deskripsi Data	60
4.2 Hasil Uji Validitas dan Reliabilitas	87
4.3 Pengujian Hipotesis	92
4.4 Pembahasan	103
BAB V KESIMPULAN, IMPLIKASI, dan SARAN	
5.1 Kesimpulan	106
5.2 Implikasi	107
5.3 Saran	111
DAFTAR PUSTAKA	
LAMPIRAN	

DAFTAR TABEL

Tabel	Judul	Halaman
I.1	Daftar Operator Seluler Di Indonesia 2013	3
II.1	Hasil Penelitian Yang Relevan	34
III.1	Klasifikasi Sampel	44
III.2	Skala Likert	48
III.3	Operasionalisasi Variabel Penelitian	49
IV.1	Karakteristik Berdasarkan Jenis Kelamin	61
IV.2	Karakteristik Berdasarkan Usia	62
IV.3	Karakteristik Berdasarkan Pengeluaran Pulsa Per Bulan	63
IV.4	Karakteristik Berdasarkan Usia dengan Jenis Kelamin	64
IV.5	Karakteristik Berdasarkan Jenis Kelamin dengan Pengeluaran Pulsa	65
IV.6	Karakteristik Berdasarkan Usia dengan Pengeluaran Pulsa	66
IV.7	Frekuensi Variabel Minat Beli	67
IV.8	Mean, Median, Mode, Standar Varians Minat Beli	72
IV.9	Frekuensi Variabel Iklan Televisi	74
IV.10	Mean, Median, Mode, Standar Varians Iklan Televisi	78
IV.11	Frekuensi Variabel Persepsi Kualitas Produk	81
IV.12	Mean, Median, Mode, Standar Varians Persepsi Kualitas Produk	86
IV.13	Uji Validitas Iklan Televisi dengan Bivariate Pearson	89
IV.14	Uji Validitas Persepsi Kualitas Produk dengan Bivariate Pearson	90
IV.15	Uji Validitas Minat Beli dengan Bivariate Pearson	90
IV.16	Hasil Uji KMO Variabel Penelitian	91
IV.17	Uji Validitas Iklan Televisi dengan Faktor Analisis	92

IV.18	Uji Validitas Persepsi Kualitas Produk dengan Faktor Analisis	93
IV.19	Uji Validitas Minat Beli dengan Faktor Analisis	94
IV.20	Hasil Uji Reliabilitas	95
IV.21	Uji Linearitas	96
IV.22	Uji Normalitas	97
IV.23	Uji Multikolinearitas	99
IV.24	Uji Heterokedastisitas	100
IV.25	Uji Regresi Berganda	102
IV.26	Uji Bersama-sama	104
IV.27	Ringkasan Uji Hipotesis	105
IV.28	Uji Determinasi	105

DAFTAR GAMBAR

Gambar	Judul	Halaman
I.1	Persentase Pelanggan Operator Seluler 2013	4
II.1	Kerangka Teoretik	38

DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran 1	Kuesioner Penelitian
Lampiran 2	Tabel r
Lampiran 3	Tabel t
Lampiran 4	Tabel f
Lampiran 5	Hasil Uji SPSS