

DAFTAR ISI

LEMBAR PERSETUJUAN	i
LEMBAR PENGESAHAN	ii
MOTTO HIDUP	iii
RIWAYAT HIDUP	iv
ABSTRAK	v
KATA PENGANTAR	vii
DAFTAR ISI	x
DAFTAR TABEL	xiii
DAFTAR GAMBAR	xvi
BAB I PENDAHULUAN	1
A. Latar Belakang Penelitian	1
B. Identifikasi Masalah	4
C. Rumusan Masalah	5
D. Tujuan Penelitian	5
E. Kegunaan Penelitian	6
F. Kerangka Teoritis	7
G. Kerangka Pemikiran	10
H. Penelitian Terdahulu	13
I. Hipotesis Penelitian	16

BAB II TINJAUAN PUSTAKA	18
A. Ilmu Manajemen Pemasaran	18
B. <i>Advertising</i>	20
C. <i>Brand Image</i>	28
D. Kualitas Produk	36
E. Loyalitas Pelanggan	39
 BAB III METODOLOGI PENELITIAN	 44
A. Metode Penelitian	44
B. Populasi dan Sampel	45
1. Populasi	45
2. Sampel	46
C. Jenis dan Sumber Data	47
D. Variabel Penelitian	48
E. Teknik Pengumpulan Data	53
F. Analisis Data	56
1. Uji Validitas	56
2. Uji Reliabilitas	58
3. Analisis Regresi Berganda	60
a. Uji Parsial (Uji t)	60
b. Uji F	64
c. Koefisien Korelasi	65
d. Koefisien Determinasi Berganda	67
G. Jadwal dan Tempat Penelitian	69

BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN	70
A. Gambaran Umum Perusahaan	70
B. Analisis Data Penelitian	73
C. Pengujian Instrumen Penelitian	92
BAB V PENUTUP	107
A. Kesimpulan	107
B. Saran	108
DAFTAR PUSTAKA	109



DAFTAR TABEL

	Halaman
Tabel 1.1 Data Pelanggan PT. Indosat Tbk.	3
Tabel 1.2 Kerangka Teoritis “Pengertian <i>Advertising</i> , <i>Brand Image</i> , dan Kualitas Produk terhadap Loyalitas Pelanggan di Provider IM3”	7
Tabel 1.3 Penelitian Terdahulu	13
Tabel 3.1 Skoring Pernyataan	47
Tabel 3.2 Operasional Varibel Penelitian	49
Tabel 3.3 Kriteria Interpretasi Skor	67
Tabel 4.1 Pernyataan 1	73
Tabel 4.2 Pernyataan 2	73
Tabel 4.3 Pernyataan 3	74
Tabel 4.4 Pernyataan 4	75
Tabel 4.5 Pernyataan 5	75
Tabel 4.6 Pernyataan 6	76
Tabel 4.7 Pernyataan 7	77
Tabel 4.8 Pernyataan 8	77
Tabel 4.9 Pernyataan 1	78
Tabel 4.10 Pernyataan 2	79
Tabel 4.11 Pernyataan 3	79
Tabel 4.12 Pernyataan 4	80
Tabel 4.13 Pernyataan 5	80

Tabel 4.14 Pernyataan 6	81
Tabel 4.15 Pernyataan 1	82
Tabel 4.16 Pernyataan 2	82
Tabel 4.17 Pernyataan 3	83
Tabel 4.18 Pernyataan 4	84
Tabel 4.19 Pernyataan 5	84
Tabel 4.20 Pernyataan 6	85
Tabel 4.21 Pernyataan 7	86
Tabel 4.22 Pernyataan 8	86
Tabel 4.23 Pernyataan 1	87
Tabel 4.24 Pernyataan 2	88
Tabel 4.25 Pernyataan 3	89
Tabel 4.26 Pernyataan 4	89
Tabel 4.27 Pernyataan 5	90
Tabel 4.28 Pernyataan 6	91
Tabel 4.29 Pernyataan 7	91
Tabel 4.30 Hasil Pengujian Validitas Variabel X	92
Tabel 4.31 Hasil Pengujian Validitas Variabel Y	93
Tabel 4.32 Hasil Pengujian Reliabilitas Periklanan (X_1), Citra Merek (X_2), dan Kualitas Produk (X_3)	94
Tabel 4.33 Hasil Pengujian Reliabilitas Loyalitas Pelanggan (Y)	95
Tabel 4.34 Pedoman Interpretasi Koefisien Determinasi	96
Tabel 4.35 Pengujian Korelasi	96

Tabel 4.36 Hasil Uji Regresi Linear Berganda	98
Tabel 4.37 Hasil Uji Simultan (F)	103
Tabel 4.38 Hasil Koefisien Determinasi (X_1 , X_2 , X_3) terhadap Variabel Y	105
Tabel 4.39 Pedoman untuk Memberikan Interpretasi Determinasi	105



DAFTAR GAMBAR

	Halaman
Gambar 1.1 Skema Kerangka Konsep	12
Gambar 1.2 Proses Perseptual	30
Gambar 3.2 Daerah Penerimaan dan Penolakan Ho (Uji t)	64
Gambar 4.1 Daerah Penerimaan dan Penolakan Ho (Uji t). X_1	101
Gambar 4.2 Daerah Penerimaan dan Penolakan Ho (Uji t). X_2	102
Gambar 4.3 Daerah Penerimaan dan Penolakan Ho (Uji t). X_3	103
Gambar 4.4 Daerah Penerimaan dan Penolakan Ho (Uji F)	104

