

DAFTAR ISI

KATA PENGANTAR	i
ABSTRAK	v
DAFTAR ISI	vii
DAFTAR TABEL	xii
DAFTAR GAMBAR	xiv
BAB I PENDAHULUAN	1
1.1 Latar Belakang Masalah	1
1.2 Identifikasi Masalah.....	9
1.3 Pembatasan Masalah.....	10
1.4 Perumusan Masalah	10
1.5 Tujuan Penelitian	11
1.6 Manfaat Penelitian	11
BAB II KAJIAN PUSTAKA	13
2.1 Kerangka Teoritis.....	13
2.1.1 Keputusan Pembelian	13
2.1.1.1 Pengertian Keputusan Pembelian.....	13
2.1.1.2 Proses Pengambilan Keputusan Pembelian	14
2.1.1.3 Indikator Pengambilan Keputusan Pembelian	17
2.1.2 <i>Brand Awareness</i>	18
2.1.2.1 Pengertian <i>Brand Awareness</i>	18
2.1.2.2 Peran <i>Brand Awareness</i>	22
2.1.2.3 Indikator <i>Brand Awareness</i>	24

2.1.3	Kualitas Produk.....	25
2.1.3.1	Pengertian Kualitas Produk.....	25
2.1.3.2	Tingkatan Kualitas Produk.....	26
2.1.3.3	Indikator Kualitas Produk	27
2.2	Penelitian Relevan.....	28
2.3	Kerangka Berpikir	33
2.4	Hipotesis.....	34
BAB III METODE PENELITIAN		35
3.1	Lokasi dan Waktu Penelitian	35
3.2	Jenis Penelitian.....	35
3.3	Populasi dan Sampel	35
3.3.1	Populasi.....	35
3.3.2	Sampel.....	37
3.4	Variabel Penelitian dan Defenisi Operasional	38
3.4.1	Variabel Penelitian	38
3.4.2	Defenisi Operasional	38
3.5	Jenis dan Sumber Data	40
3.5.1	Jenis Data	40
3.5.2	Sumber Data	40
3.6	Teknik Pengumpulan Data.....	41
3.7	Uji Instrumen Penelitian	43
3.7.1	Uji Validitas	44
3.7.1	Uji Reliabilitas .	45

3.8 Teknik Analisis Data.....	46
3.8.1 Uji Asumsi Klasik.....	46
3.8.1.1 Uji Normalitas.....	46
3.8.1.2 Uji Multikolinearitas.....	47
3.8.1.3 Uji Heterokedasititas.....	47
3.8.2 Analisis Regresi Linear Berganda.....	48
3.9 Uji Hipotesis.....	49
3.9.1 Uji Parsial (Uji T).....	49
3.9.2 Uji Signifikan Simultan (Uji F)	50
3.9.3 Uji Koefisien Determinan (Uji R2).....	51
BAB IV HASIL DAN PEMBAHASAN	52
4.1 Hasil Penelitian	52
4.1.1 Deskripsi Objek Penelitian.....	52
4.1.1.1 Identitas Perusahaan Smartfren.....	52
4.1.1.2 Gambaran Umum Perusahaan Smartfren.....	52
4.1.1.3 Visi dan Misi Perusahaan Smartfren.....	54
4.1.1.4 Struktur Organisasi Perusahaan Smartfren	55
4.2 Pembahasan Penelitian.....	56
4.2.1 Identifikasi Responden.....	56
4.2.2 Deskripsi Responden Berdasarkan Umur	57
4.3 Uji Instrumen Penelitian	58
4.3.1 Uji Validitas dan Reliabilitas Kuesioner.....	58
4.3.1.1 Uji Validitas dan Reliabilitas Variabel <i>Brand Awareness</i> (X1)....	58

4.3.1.2 Uji Validitas dan Reliabilitas Variabel Kualitas Produk (X2)	59
4.3.1.2 Uji Validitas dan Reliabilitas Variabel Keputusan Pembelian (Y)	61
4.4 Teknik Analisis Data.....	63
4.4.1 Uji Asumsi Klasik.....	63
4.4.1.1 Uji Normalitas.....	63
4.4.1.2 Uji Multikolinearitas	66
4.4.1.3 Uji Heterokedastisitas	68
4.4.2 Uji Regresi Linear Berganda.....	69
4.5 Hasil Pengujian Hipotesis	71
4.5.1 Uji t (Parsial).....	71
4.5.2 Uji f (Simultan)	73
4.5.3 Uji Koefisien Determinasi (R ²)	74
4.6 Pembahasan Hasil Penelitian	75
4.6.1 Pengaruh <i>Brand Awareness</i> Terhadap Keputusan Pembelian Kartu Internet Smartfren Pada Masyarakat Kelurahan Batang Beruh	75
4.6.2 Pengaruh Kualitas Produk Terhadap Keputusan Pembelian Kartu Internet Smartfren Pada Masyarakat Kelurahan Batang Beruh	76
4.6.3 Pengaruh <i>Brand Awareness</i> dan Kualitas Produk Terhadap Keputusan Pembelian Kartu Internet Smartfren Pada Masyarakat Kelurahan Batang Beruh.....	77
BAB V KESIMPULAN DAN SARAN.....	79
5.1 Kesimpulan	79

5.2 Saran.....	80
DAFTAR PUSTAKA	82
LAMPIRAN.....	84



THE
Character Building
UNIVERSITY