

DAFTAR ISI

ABSTRAK.....	ix
BAB I	1
PENDAHULUAN.....	1
1.1 Latar Belakang.....	1
1.2 Rumusan Masalah	6
1.3 Tujuan Penelitian.....	6
1.4 Manfaat Penelitian.....	7
1.5 Ruang Lingkup Penelitian	7
1.6 Sistematika Penulisan.....	8
BAB II	10
LANDASAN TEORI.....	10
2.1 Brand Image	10
2.1.1 Pengertian <i>Brand Image</i>	10
2.1.2 Pengukuran <i>Brand Image</i>	10
2.1.3 Indikator <i>Brand Image</i>	11
2.2 Kualitas Produk	11
2.2.1 Pengertian Kualitas Produk	11
2.2.2 Indikator Kualitas Produk	12
2.2.3 Perspektif Kualitas Produk	13
2.3 Keputusan Pembelian	14
2.3.1 Pengertian Keputusan Pembelian	14
2.3.2 Proses Pengambilan Keputusan	14
2.3.3 Indikator Keputusan Pembelian.....	16
2.4 Penelitian Terdahulu.....	17
2.5 Kerangka Pemikiran	19
2.6 Pengembangan Hipotesis.....	20
BAB III	23
METODE PENELITIAN	23
3.1 Jenis Penelitian	23
3.2 Sumber Data	23
3.2.1 Data Primer.....	23
3.2.2 Data Sekunder	24

3.3 Teknik Pengumpulan Data	24
3.3.1 Kuisisioner (Angket)	24
3.4 Populasi dan Sampel.....	25
3.4.1 Populasi.....	25
3.4.2 Sampel	25
3.5 Variabel Penelitian	26
3.6 Definisi Operasional Variabel	27
3.7 Uji Persyaratan Instrumen	28
3.7.1 Uji Validitas.....	28
3.7.2 Uji Reliabilitas	28
3.8 Uji Persyaratan Analisis Data.....	29
3.8.1 Uji Normalitas.....	29
3.8.2 Uji Homogenitas	29
3.8.3 Uji Linieritas	30
3.9 Uji Asumsi Klasik	31
3.9.1 Uji Multikolinieritas	31
3.9.2 Uji Heteroskedastisitas	31
3.9.3 Uji Autokorelasi.....	32
3.10 Metode Analisa Data	32
3.10.1 Regresi Linier Berganda	33
3.11 Pengujian Hipotesis	33
3.11.1 Uji t (Uji Parsial).....	33
3.11.2 Uji F (Uji Signifikan Simultan)	34
BAB IV	40
HASIL ANALISIS DAN PEMBAHASAN	40
4.1 Deskripsi Data	40
4.1.1 Deskripsi Karakteristik Responden.....	40
4.2 Hasil Penelitian.....	42
4.2.1 Deskripsi Jawaban Responden	42
4.3 Hasil Uji Persyaratan Instrumen.....	46
4.3.1 Uji Validitas	46
4.3.2 Uji Reliabilitas.....	47
4.4 Uji Persyaratan Analisis Data.....	49
4.4.1 Uji Normalitas	49
4.4.2 Uji Homogenitas.....	50

4.4.3 Uji Linieritas.....	51
4.5 Uji Asumsi Klasik	52
4.5.1 Uji Multikolinieritas	52
4.5.2 Uji Heteroskedasitas	54
4.5.3 Uji Autokorelasi	55
4.6 Metode Analisis Data	56
4.6.1 Regresi Linier Berganda.....	56
4.7 Pengujian Hipotesis	57
4.7.1 Uji t.....	57
4.7.2 Uji f.....	59
4.8 Pembahasan	60
4.8.1 Pengaruh <i>Brand Image</i> (X1) terhadap Keputusan Pembelian	60
4.8.2 Pengaruh Kualitas Produk (X2) terhadap Keputusan Pembelian	60
4.8.3 Pengaruh <i>Brand Image</i> dan Kualitas Produk terhadap Keputusan Pembelian kartu provider by.U	61
BAB V	62
SIMPULAN DAN SARAN	62
5.1 Simpulan	62
5.2 Saran	62
LAMPIRAN	

DAFTAR TABEL

Tabel 2.1 Penelitian Terdahulu	20
Tabel 3.1 Skala <i>Likert</i>	28
Tabel 3.2 Definisi Operasional Variabel.....	30
Tabel 3.3 Interpretasi Nilai r Alpha Indeks Korelasi.....	32
Tabel 3.4 Pengambilan Keputusan Uji Autokorelasi	36
Tabel 4.1 Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis Kelamin	40
Tabel 4.2 Karakteristik Responden Berdasarkan Asal Provinsi	41
Tabel 4.3 Karakteristik Responden Berdasarkan Usia.....	41
Tabel 4.4 Karakteristik Responden Berdasarkan Pekerjaan	42
Tabel 4.5 Tanggapan Responden Mengenai <i>Brand Image</i>	43
Tabel 4.6 Tanggapan Responden Mengenai Kualitas Produk	44
Tabel 4.7 Tanggapan Responden Mengenai Keputusan Pembelian	45
Tabel 4.8 Hasil Uji Validitas Kuesioner	46
Tabel 4.9 Interpretasi Nilai r	48
Tabel 4.10 Hasil Uji Reliabilitas	48
Tabel 4.11 Hasil Uji Normalitas	49
Tabel 4.12 Hasil Uji Homogenitas.....	50
Tabel 4.13 Hasil Uji Linieritas.....	51
Tabel 4.14 Hasil Uji Multikolinieritas	53
Tabel 4.15 Hasil Uji Heteroskedastisitas	54
Tabel 4.16 Hasil Uji Autokorelasi	55
Tabel 4.17 Hasil Uji Linier Berganda	56
Tabel 4.18 Hasil Uji T.....	58
Tabel 4.19 Hasil Uji F	59

DAFTAR GAMBAR

Gambar 1.1 Data Pengguna.....	4
Gambar 1.2 Jumlah Pengguna by.U.....	6
Gambar 1.3 Wilayah yang popularitas mencari by.U	7
Gambar 2.1 Kerangka Pemikiran.....	22