

DAFTAR ISI

HALAMAN JUDUL	i
HALAMAN PENGESAHAN	ii
HALAMAN PERNYATAAN	iii
KATA PENGANTAR	iv
DAFTAR ISI	vii
DAFTAR TABEL	xi
DAFTAR GAMBAR	xiii
DAFTAR LAMPIRAN	xiv
ABSTRAKSI	xv
BAB I: PENDAHULUAN	
1.1. Latar Belakang Masalah	1
1.2. Perumusan Masalah	6
1.3. Batasan Masalah	6
1.4. Tujuan Penelitian	7
1.5. Manfaat Penelitian	8
1.6. Sistematika Penulisan	8
BAB II: LANDASAN TEORI DAN HIPOTESIS	
2.1. Pengertian Pemasaran	10
2.2. Pengertian Manajemen Pemasaran	11
2.3. Pengertian Konsep Pemasaran	11
2.4. Manajemen Pemasaran Jasa	12
2.4.1. Karakteristik Jasa	13

2.4.2. Pengelolaan Kualitas Jasa	16
2.5. Pengertian Bauran Pemasaran	17
2.5.1. Produk	18
2.5.2. Harga	19
2.5.3. Distribusi	20
2.5.4. Promosi	21
2.6. Merek	21
2.7. Kepuasan Konsumen	23
2.8. Kepercayaan Terhadap Merek	23
2.9. Loyalitas Merek	25
2.10. Gambaran Umum Mentari	31
2.10.1. Sekilas Tentang Satelindo	31
2.10.2. Sekilas Tentang Mentari	32
2.10.3. Keunggulan Mentari	35
2.10.4. Fasilitas Fitur Mentari	36
2.11. Gambaran Umum Simpati	39
2.11.1. Sekilas Tentang Telkomsel	39
2.11.2. Sekilas Tentang Simpati	39
2.11.3. Keunggulan Simpati	42
2.11.4. Fasilitas Fitur Simpati	43
2.12. Hipotesis	45

BAB III: METODOLOGI PENELITIAN

3.1. Definisi Operasional	47
---------------------------	----

3.2. Data Yang Dibutuhkan	50
3.3. Metode Pengambilan Sampel	51
3.4. Pengukuran Variabel Penelitian	52
3.5. Metode Analisis Data	53
3.5.1. Uji Validitas	53
3.5.2. Uji Reliabilitas	54
3.5.3. Analisis Deskriptif	55
3.6. Pengujian Hipotesis	55
3.6.1. Uji Regresi Linier Sederhana	55
3.6.2. Uji Regresi Berganda	58
3.6.3. Uji Asumsi Klasik	59
3.6.3.1. Uji Multikolinearitas	59
3.6.3.2. Uji Heterokedastisitas	59
3.6.3.3. Uji Autokorelasi	61
BAB IV: PEMBAHASAN	
4.1. Uji Validitas dan Reliabilitas	62
4.1.1. Uji Validitas dan Reliabilitas Consumer Satisfaction	63
4.1.2. Uji Validitas dan Reliabilitas Brand Reliability	63
4.1.3. Uji Validitas dan Reliabilitas Brand Intentionality	65
4.1.4. Uji Validitas dan Reliabilitas Brand Loyalty	66
4.2. Deskripsi Responden	67
4.2.1. Profil Berdasarkan Jenis Kelamin	67
4.2.2. Profil Berdasarkan Intensitas Mengisi Ulang Kartu	68

4.2.3. Profil Berdasarkan Waktu Penggunaan	69
4.3. Deskripsi Variabel Penelitian	70
4.3.1. Consumer Satisfaction	70
4.3.2. Brand Reliability	72
4.3.3. Brand Intentionality	74
4.3.4. Brand Loyalty	75
4.4. Analisis Hasil Uji Regresi dan Pengujian Hipotesis	77
4.4.1. Analisis Hasil Uji Regresi Linier Sederhana	77
4.4.1.1. Pengujian Hipotesis Pertama	77
4.4.1.2. Pengujian Hipotesis Kedua	79
4.4.1.3. Pengujian Hipotesis Ketiga	81
4.4.1.4. Pengujian Hipotesis Keempat	83
4.4.1.5. Pengujian Hipotesis Kelima	86
4.4.2. Analisis Hasil Uji Regresi Berganda	88
4.4.2.1. Pengujian Hipotesis Keenam	88
4.4.3. Uji Asumsi Klasik	91
4.4.3.1. Uji Multikolinearitas	91
4.4.3.2. Uji Heteroskedastisitas	92
4.4.3.3. Uji Autokorelasi	94
4.5. Implikasi Pemasaran	96
BAB V: PENUTUP	
5.1. Kesimpulan	98
5.2. Saran	100



UNIVERSITAS
GADJAH MADA

Analisa pengaruh consumer satisfaction dan Brand Trust terhadap Brand oyalty :: Studi kasus SIM Card GSM Prabayar Mentari dan Simpati di Kota Yogyakarta

TRIAJI, Bambang, Drs. Teguh Budiarto, MIM

Universitas Gadjah Mada, 2004 | Diunduh dari <http://etd.repository.ugm.ac.id/>

DAFTAR PUSTAKA

DAFTAR TABEL

Tabel	Halaman
1.1. Loyalitas Merek SIM Card Prabayar	5
2.1. Karakteristik Tingkatan Loyalitas	28
2.2. Tarif SIM Card Prabayar Mentari	35
2.3. Tarif SIM Card Prabayar Simpati	41
3.1. Skala Pengukuran Likert	52
4.1. Uji Validitas dan Reliabilitas Consumer Satisfaction	63
4.2. Uji Validitas dan Reliabilitas Brand Reliability	64
4.3. Uji Validitas dan Reliabilitas Brand Intentionality	65
4.4. Uji Validitas dan Reliabilitas Brand Loyalty	66
4.5. Jenis Kelamin Responden	68
4.6. Profil Responden Berdasarkan Mengisi Ulang Kartu	69
4.7. Profil Responden Berdasarkan Lama Waktu Penggunaan	70
4.8. Distribusi Skor Jawaban Consumer Satisfaction	71
4.9. Distribusi Skor Jawaban Brand Reliability	73
4.10. Distribusi Skor Jawaban Brand Intentionality	74
4.11. Distribusi Skor Jawaban Brand Loyalty	76
4.12. Hasil Pengujian Hipotesis Pertama Mentari	77
4.13. Hasil Pengujian Hipotesis Pertama Simpati	78
4.14. Hasil Pengujian Hipotesis Kedua Mentari	79
4.15. Hasil Pengujian Hipotesis Kedua Simpati	80
4.16. Hasil Pengujian Hipotesis Ketiga Mentari	82

4.17. Hasil Pengujian Hipotesis Ketiga Simpati	83
4.18. Hasil Pengujian Hipotesis Keempat Mentari	84
4.19. Hasil Pengujian Hipotesis Keempat Simpati	85
4.20. Hasil Pengujian Hipotesis Kelima Mentari	86
4.21. Hasil Pengujian Hipotesis Kelima Simpati	87
4.22. Hasil Pengujian Hipotesis Keenam Mentari	89
4.23. Hasil Pengujian Hipotesis Keenam Simpati	90
4.24. Nilai VIF Variabel Bebas Mentari	91
4.25. Nilai VIF Variabel Bebas Simpati	92
4.26. Uji Heterokedastisitas Mentari	93
4.27. Uji Heterokedastisitas Simpati	94

DAFTAR GAMBAR

Gambar	Halaman
1.1. Structural Model of Brand Loyalty	6
2.1. Tipe Pemasaran Industri Jasa	16
2.2. Bauran Pemasaran	18
2.3. Piramida Loyalitas	28
4.1. Uji Durbin Watson Mentari	95
4.2. Uji Durbin Watson Simpati	96

DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran

- I. Data Primer
- II. Data SPSS Mentari
- III. Data SPSS Simpati