

DAFTAR ISI

HALAMAN PERNYATAAN ORISINALITAS	iii
HALAMAN PENGESAHAN	iv
KATA PENGANTAR	v
HALAMAN PERNYATAAN PERSETUJUAN PUBLIKASI	vii
ABSTRAK	viii
ABSTRACT	ix
DAFTAR ISI	x
DAFTAR GAMBAR	xiv
DAFTAR TABEL	xv
DAFTAR LAMPIRAN	xvi
BAB I PENDAHULUAN	1
1.1. Latar Belakang	1
1.2. Rumusan Masalah	4
1.3. Batasan Masalah	5
1.4. Tujuan Penelitian	5
1.5. Manfaat Penelitian	5
1.6. Sistematika Penulisan Laporan	6
BAB II TINJAUAN PUSTAKA.....	7
2.1. Pengertian Manajemen	7
2.2. Pengertian Pemasaran dan Pemasaran Internasional	8
2.3. Konsep Pemasaran	10
2.4. Bauran Promosi	12
2.4.1. Advertising	13
2.4.2. Tujuan Advertising	14
2.4.3. Strategi Pesan Iklan	15
2.4.4. Strategi Media Iklan.....	16

2.5. Pengertian Citra Merek	16
2.6. Keputusan Pembelian	19
2.6.1. Tahapan Keputusan Pembelian	19
2.6.2. Faktor Faktor Yang Mempengaruhi Keputusan Pembelian Konsumen	22
2.7. Penelitian Terdahulu	26
2.8. Kerangka Berfikir	28
2.9. Hipotesis	28

BAB III METODE PENELITIAN 29

3.1. Lokasi Penelitian	29
3.2. Populasi dan Sampel	29
3.2.1. Populasi	29
3.2.2. Sampel	29
3.3. Variabel Penelitian	30
3.4. Sumber Data	32
3.5. Alat Pengumpulan Data	32
3.6. Uji Validitas dan Reliabilitas	33
3.7. Uji Deskriptif	33
3.8. Teknik Analisis Data	36
3.8.1. Teknik Regresi	36
3.8.2. Uji Asumsi Klasik.....	36
A. Uji Autokorelasi	37
B. Uji Multikolonieritas	37
C. Uji Normalitas	38
D. Uji Heteroskedastisitas	38
3.8.3. Pengujian Hipotesis	37
A. Uji t	37
B. Uji F	37
3.9. Uji Determinan (R^2)	37

BAB IV HASIL DAN PEMBAHASAN	38
4.1. Sejarah PT. XL Axiata Tbk	38
4.2. Gambaran Umum Perusahaan	39
4.2.1. Logo XL	39
4.2.2. Visi, Misi dan Tujuan	40
4.2.3. Budaya Perusahaan	40
4.2.4. Perkembangan Layanan	41
4.3. Uji Validitas dan Reliabilitas	42
4.3.1. Hasil Uji Validitas	42
4.3.2. Hasil Uji Reliabilitas	44
4.4. Karakteristik Responden	44
4.5. Analisis Deskriptif	46
4.5.1. Analisis Deskriptif per Variabel	46
4.5.2. Analisis Deskriptif per Indikator	48
4.6. Uji Asumsi Klasik	50
4.6.1. Uji Autokorelasi	50
4.6.2. Uji Multikolinearitas	50
4.6.3. Uji Normalitas	51
4.6.4. Uji Heterokedastisitas	52
4.7. Analisis Regresi Linear Berganda	53
4.8. Pengujian Hipotesis	54
4.8.1. Uji t-test	54
4.8.2. Uji F-test	55
4.9. Determinan (R^2)	57
4.10. Hasil Penelitian	57
 BAB V PENUTUP	 59
5.1. Kesimpulan	59
5.2. Saran	60

DAFTAR PUSTAKA	62
CURRICULUM VITAE	77



DAFTAR GAMBAR

Gambar 1.1. Pelanggan Operator Seluler di Indonesia 2016	3
Gambar 1.2. Pelanggan XL di Kota Medan	3
Gambar 1.3. Pelanggan Operator Seluler 2012 – 2015	4
Gambar 2.1. Model Sederhana Proses Pemasaran	9
Gambar 2.2. Keputusan Pemasaran Internasional	10
Gambar 2.3. Keputusan Advertising (<i>Major Advertising Decisions</i>)	14
Gambar 2.4. Tahapan Keputusan Pembelian (<i>Buyer Decision Process</i>)	20
Gambra 2.5. Kerangka Berfikir	28
Gambar 4.1. Logo XL	39
Gambar 4.2. Hasil Uji Normalitas	52
Gambar 4.3. Hasil Uji Heterokedastisitas	52



DAFTAR TABEL

Tabel 1.1. Jumlah Pelanggan Telepon Seluler 2011 – 2015	2
Tabel 3.1. Operasional Variabel	30
Tabel 3.2. Skor Variabel	35
Tabel 3.3. Pengambilan Keputusan ada tidaknya Autokorelasi	36
Tabel 4.1. Hasil Uji Validitas	43
Tabel 4.2. Hasil Uji Reliabilitas	44
Tabel 4.3. Responden Berdasarkan Usia	44
Tabel 4.4. Responden Berdasarkan Pekerjaan	45
Tabel 4.5. Responden Berdasarkan Jenis Kelamin	45
Tabel 4.6. Responden Berdasarkan Lama Pemakaian	45
Tabel 4.7. Analisis Deskriptif Variabel X1 (Iklan).....	46
Tabel 4.8. Analisis Deskriptif Variabel X2 (Citra Merek)	47
Tabel 4.9. Analisis Deskriptif Variabel Y (Keputusan Pembelian)	47
Tabel 4.10. Analisis Deskriptif Indikator Iklan	48
Tabel 4.11. Analisis Deskriptif Indikator Citra Merek	49
Tabel 4.12. Analisis Deskriptif Indikator Keputusan Pembelian	49
Tabel 4.13. Hasil Uji Autokorelasi	50
Tabel 4.14. Tabel Hasil Uji Multikolinearitas	51
Tabel 4.15. Regresi Linear	53
Tabel 4.16. Uji t-test	55
Tabel 4.17. Uji F-Test	56
Tabel 4.18. Uji Determinan (R^2)	57

DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran 1. Kuesioner	64
Lampiran 2. Uji Validitas	68
Lampiran 3. Uji Reliabel	71
Lampiran 4. Hasil Perhitungan SPSS	72
Lampiran 5. Tabel R	74
Lampiran 6. Tabel t	75
Lampiran 7. Tabel F	76

