

KATA PENGANTAR



Assalamualaikum Wr.Wb.

Segala puji syukur penulis mengucapkan kehadiran Allah Subhanallahu wa Ta'ala atas segala rahmat dan karunia-Nya yang telah dilimpahkan sejak penulis mencari ide, mengajukan menyusun, hingga dapat menyelesaikan penulis Proposal Skripsi yang berjudul “Pengaruh *Brand image* dan Kualitas Produk Terhadap Keputusan Pembelian IndiHome Pada PT.Telkom Langsa” untuk mencapai gelar Sarjana Ekonomi Jurusan Manajemen Fakultas Ekonomi Universitas Medan Area. Shalawat dan salam penulis hadiahkan kepada Rasulullah SAW yang telah membawa umat manusia dari alam kegelapan ke alam yang terang benderang.

Dalam menyelesaikan proposal skripsi ini tidak terwujud tanpa bantuan dari berbagai pihak. Dengan rendah hati penulis mengucapkan terima kasih yang tulus dan sebesar-besarnya kepada :

1. Bapak Prof. Dr. H. A. Ya'kub Matondang, MA selaku Rektor Universitas Medan Area
2. Bapak Prof. Dr. H. Sya'ad Afifuddin, SE. MEc selaku Dekan Fakultas Ekonomi Universitas Medan Area.
3. Bapak Dr. Ihsan Effendy, SE. M.Si selaku Ketua Jurusan Manajemen Fakultas Ekonomi Universitas Medan Area.
4. Bapak Amrin Mulia Nst, SE, MM selaku dosen pembimbing I skripsi yang telah banyak membantu dan tulus ikhlas membimbing skripsi ini.
5. Bapak Ahmad Prayudi, SE, MM selaku dosen pembimbing II skripsi yang telah bersedia meluangkan waktunya guna membimbing saya dalam menyelesaikan skripsi ini.
6. Yang tercinta tersayang buat Ayahanda Wage Sugiarto dan Ibunda Asmidar Sitepu yang telah mengasuh, mendidik, membimbing serta memberikan dukungan dan doa restunya sehingga saya telah menyelesaikan pendidikan hingga keperguruan tinggi.

7. Buat kakakku Gias Anggraini, Amd. Far, dan Adikku Tri Handayani Putri serta teman dekatku yang telah mendukung untuk menyelesaikan skripsi ini dan buat adikku Kartika Nungtiyas yang telah memberikan motivasinya.
8. Buat teman saya Ginting, Anggik, Tika Ratna, Derbi, Tamara dan seluruh teman-teman stambuk 2012 Fakultas Ekonomi Universitas Medan Area yang namanya tidak bisa disebutkan satu persatu dalam memberikan bantuan baik dalam perkuliahan maupun dalam penulisan skripsi ini.

Dalam penulisan skripsi ini, penulis menyadari bahwa masih banyak keterbatasan dan kekurangan dalam penyajian skripsi ini. Untuk itu penulis membuka diri atas segala kritik dan saran yang bersifat membangun agar dapat didiskusikan dan dipelajari demi kemajuan wawasan dan ilmu pengetahuan dan teknologi.

Semoga skripsi ini dapat berguna bagi kita semua, amiiin...

Wassalam

Medan, September 2016

Penulis

DWI DIAN UTARI

DAFTAR ISI

ABSTRAK	i
ABSTRACT	ii
KATA PENGANTAR	iii
DAFTAR ISI.....	v
DAFTAR TABEL.....	vii
DAFTAR GAMBAR	viii
BAB I PENDAHULUAN	1
A. Latar Belakang	1
B. Rumusan Masalah	6
C. Tujuan Penelitian	7
D. Manfaat Penelitian.....	7
BAB II LANDASAN TEORI	8
A. Brand Image	8
1. Pengertian Brand Image	8
2. Faktor-faktor Brand Image	10
3. Indikator Brand Image.....	11
B. Kualitas Produk.....	14
1. Pengertian Kualitas Produk	14
2. Arti Penting Kualitas Produk	15
3. Indikator Kualitas Produk	17
C. Keputusan Pembelian.....	19
1. Pengertian Keputusan pembelian	19
2. Faktor-Faktor Keputusan Pembelian.....	20
3. Indikator Pengambilan Keputusan	24
D. Penelitian Terdahulu	26
E. Kerangka Konseptual	27

F. Hipotesis.....	28
BAB III METODE PENELITIAN.....	29
A. Jenis, Lokasi dan Waktu Penelitian	29
B. Populasi dan Sampel Penelitian	29
C. Definisi Operasional.....	30
D. Jenis dan Sumber Data.....	31
E. Teknik Pengumpulan Data.....	32
F. Teknik Analisis Data.....	33
BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN.....	38
A. Hasil Penelitian	38
1. Sejarah PT. Telkom, Tbk Langsa.....	38
2. Visi dan Misi PT. Telkom, Tbk Langsa	40
3. Struktur Organisasi PT. Telkom, Tbk Langsa.....	40
4. Uraian Pekerjaan (<i>Jobs Description</i>) PT. Telkom, Tbk Langsa	43
5. Penyajian Data.....	52
6. Analisis dan Evaluasi	61
7. Pengujian Hipotesis.....	67
B. Pembahasan.....	72
BAB V SIMPULAN DAN SARAN.....	74
A. Simpulan	74
B. Saran.....	75
DAFTAR PUSTAKA	76
Lampiran	77

DAFTAR TABEL

Tabel 2. 1. Penelitian Sebelumnya	26
Tabel 3. 1 Rencana Penelitian	29
Tabel 3. 2 Batasan Operasional dan Indikator Variabel	30
Tabel 3. 3 Skala Likert's	32
Tabel 4. 1 Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis Kelamin	52
Tabel 4. 2. Karakteristik Responden Berdasarkan Usia.....	53
Tabel 4. 3 Karakteristik Responden Berdasarkan Status	53
Tabel 4. 4. Karakteristik Responden Berdasarkan Agama	54
Tabel 4. 5. Karakteristik Responden Berdasarkan Tingkat Penghasilan	54
Tabel 4. 6. Karakteristik Responden Berdasarkan Pendidikan	55
Tabel 4. 7. Jawaban Responden Variabel <i>Brand image</i>	56
Tabel 4. 8. Jawaban Responden Variabel Kualitas produk.....	57
Tabel 4. 9 Jawaban Responden Variabel Keputusan pembelian.....	59
Tabel 4. 10. Hasil Analisis Item Pertanyaan Variabel X_1 (<i>Brand image</i>).....	62
Tabel 4. 11. Hasil Analisis Item Pertanyaan Variabel X_2 (Kualitas produk).....	62
Tabel 4. 12. Hasil Analisis Item Pertanyaan Variabel Y (Keputusan pembelian) 63	
Tabel 4. 13. Reliabilitas Instrumen	63
Tabel 4. 14. Hasil Uji Multikolinearitas.....	66
Tabel 4. 15. Uji Parsial.....	68
Tabel 4. 16. Uji F (Uji Serempak).....	69
Tabel 4. 17. Regresi Linier Berganda	70
Tabel 4. 18. Koefisien Determinasi	71

DAFTAR GAMBAR

Gambar 2. 1 Kerangka Konseptual	27
Gambar 4. 1 Struktur Organisasi PT. Telkom Indonesia, Tbk Diva Langsa	42
Gambar 4. 2 Grafik Histogram	65
Gambar 4. 3 Hasil Uji Heteroskedastisitas	67

