

## DAFTAR ISI

<b>HALAMAN JUDUL LUAR .....</b>	<b>i</b>
<b>HALAMAN JUDUL DALAM.....</b>	<b>ii</b>
<b>HALAMAN PERSETUJUAN .....</b>	<b>iii</b>
<b>HALAMAN PENGESAHAN .....</b>	<b>iv</b>
<b>HALAMAN MOTTO DAN PERSEMBAHAN .....</b>	<b>v</b>
<b>HALAMAN PERNYATAAN KEASLIAN KARYA .....</b>	<b>vi</b>
<b>HALAMAN PERSETUJUAN PUBLIKASI.....</b>	<b>vii</b>
<b>ABSTRAK.....</b>	<b>viii</b>
<b>ABSTRACT .....</b>	<b>ix</b>
<b>KATA PENGANTAR.....</b>	<b>x</b>
<b>DAFTAR ISI.....</b>	<b>xii</b>
<b>DAFTAR GAMBAR.....</b>	<b>xv</b>
<b>DAFTAR TABEL .....</b>	<b>xvi</b>

### **BAB I : PENDAHULUAN**

1.1 Latar Belakang.....	1
1.2 Rumusan Masalah.....	2
1.3 Batasan Masalah .....	2
1.4 Tujuan Penelitian .....	2
1.5 Manfaat Penelitian.....	3
1.6 Metodologi Penelitian .....	3
1.6.1 Variabel Penelitian.....	3
1.6.2 Populasi dan Sampel.....	3
1.6.3 Teknik Pengumpulan Data .....	3
1.6.4 Teknik Analisis Data .....	3
1.6.5 Software Analisis Data .....	3
1.7 Sistematika Penulisan .....	4

### **BAB II : LANDASAN TEORI**

2.1 Sejarah PT TELKOM .....	5
2.2 Visi dan Misi .....	6
2.2.1 Visi.....	6
2.2.2 Misi .....	6
2.3 Struktur Organisasi PT. Telekomunikasi Indonesia, Tbk ....	6

2.4	Wewenang dan Tanggung Jawab .....	7
2.5	Penyedia Layanan ( <i>Provider</i> ) Telekomunikasi .....	8
2.5.1	Sejarah <i>Provider</i> Telekomunikasi di Indonesia .....	8
2.5.2	Penyedia Layanan Telekomunikasi Flexi .....	11
2.5.3	Cara Promosi Divisi Flexi <i>Commerce Area</i> Sumbagsel .....	13
2.6	Landasan Teori .....	16
2.6.1	Pemasaran .....	16
2.6.2	Strategi Pemasaran.....	18
2.6.3	Manajemen Pemasaran .....	19
2.6.4	Bauran Pemasaran .....	20
2.6.4.1	Harga ( <i>Price</i> ) .....	20
2.6.4.2	Produk ( <i>Product</i> ) .....	21
2.6.4.3	Promosi ( <i>Promotion</i> ).....	23
2.6.5	Perilaku Konsumen.....	24
2.6.6	Keputusan pembelian.....	25
2.7	Ruang Lingkup Penelitian.....	28
2.7.1	Variabel Penelitian .....	28
2.7.2	Populasi dan Sampel Penelitian.....	31
2.7.3	Teknik Pengambilan Sampel Penelitian .....	31
2.7.4	Metode Pengumpulan dan Pengukuran Data .....	33
2.7.5	Teknik Analisis Data .....	34
2.7.5.1	Analisis Data Kualitatif .....	35
2.7.5.2	Analisis Data Kuantitatif .....	35
	A. Uji Instrumen .....	35
	B. Analisis Regresi .....	37
	C. Uji Hipotesis.....	40
2.7.6	Kerangka Konseptual.....	41
2.8	Penelitian Terdahulu .....	41
 <b>BAB III : METODE PENELITIAN</b>		
3.1	Flowchart Metodologi Penelitian .....	46

3.2 Jenis Penelitian .....	49
3.3 Kerangka Konseptual .....	50
3.4 Teknik Pengambilan Sampel Penelitian .....	50
3.5 Indikator Variabel dan Indikator Responden .....	51
3.5.1 Indikator Variabel Kuesioner .....	51
3.5.2 Indikator Responden .....	52
3.6 Teknik Analisis Data.....	52
3.6.1 Analisis Data Kualitatif .....	52
3.6.2 Analisis Data Kuantitatif.....	53
A. Uji Instrument.....	53
B. Analisis Regresi .....	53
C. Uji Hipotesis .....	53
3.7 Alat Bantu Pengembangan .....	55

**BAB IV : ANALISIS DAN PEMBAHASAN**

4.1 Data Penelitian.....	56
4.2 Teknik Analisis Data.....	57
4.2.1 Analisis Data Kualitatif.....	57
4.2.1.1 Analisis Statistik Deskriptif Profil Responden.....	57
4.2.1.2 Analisis Statistik Deskriptif Variabel Penelitian .....	61
4.2.2 Analisis Data Kuantitatif.....	64
4.2.2.1 Uji Validitas dan Uji Realibilitas .....	64
4.2.2.2 Analisis Regresi Linear Berganda.....	66
4.2.2.3 Uji Hipotesis .....	71
4.3 Pembahasan .....	74

**BAB V : KESIMPULAN DAN SARAN**

5.1 Kesimpulan .....	77
5.2 Saran .....	77

**DAFTAR PUSTAKA**

**LAMPIRAN**

## DAFTAR GAMBAR

Gambar 2.1	: Struktur Organisasi Telkom Flexi <i>Commerce Area</i> Sumbagsel.....	7
Gambar 2.2	: Hubungan antar variabel bebas dan variabel terikat.....	29
Gambar 2.3	: Hubungan Variabel moderator.....	29
Gambar 2.4	: Hubungan Variabel Antara .....	30
Gambar 2.5	: Hubungan Variabel Laten dan Variabel Manifest.....	30
Gambar 2.6	: Persamaan Model Regresi Sederhana.....	37
Gambar 2.7	: Persamaan Model Regresi Linear Berganda .....	38
Gambar 3.1	: Flowchart Pengambilan Sampel.....	46
Gambar 3.2	: Flowchart Modul Proses Penelitian.....	48
Gambar 3.3	: Kerangka Konseptual.....	50
Gambar 4.1	: Grafik Profil Responden Berdasarkan Jenis Kelamin .....	57
Gambar 4.2	: Grafik Profil Responden Berdasarkan Perolehan Informasi Mengenai Kartu Flexi .....	58
Gambar 4.3	: Grafik Profil Responden Berdasarkan Lama Menggunakan kartu Flexi .....	58
Gambar 4.4	: Grafik Profil Responden Berdasarkan Alasan Menggunakan kartu Flexi .....	59
Gambar 4.5	: Grafik Profil Responden Berdasarkan Frekuensi Biaya Isi Pulsa Per Bulan.....	59
Gambar 4.6	: Grafik Profil Responden Berdasarkan Jumlah Frekuensi isi Ulang Dalam Seminggu .....	60
Gambar 4.7	: Grafik Profil Responden Berdasarkan Usia Pengguna kartu Flexi .....	60

## DAFTAR TABEL

Tabel 2.1	: Strategi Pemasaran dan Tujuan Penetapan Harga .....	21
Tabel 2.2	: Tabel Penelitian Terdahulu .....	42
Tabel 3.1	: Indikator Variabel Harga .....	51
Tabel 3.2	: Indikator Variabel Produk.....	51
Tabel 3.3	: Indikator Variabel Promosi.....	51
Tabel 3.4	: Indikator Variabel Keputusan Pembelian .....	51
Tabel 3.5	: Profil Responden Pengguna Flexi .....	52
Tabel 3.6	: Pengukuran Skala Likert.....	53
Tabel 4.1	: Data Profil Responden .....	56
Tabel 4.2	: Deskriptif Variabel Harga.....	61
Tabel 4.3	: Deskriptif Variabel Produk.....	61
Tabel 4.4	: Deskriptif Variabel Promosi .....	62
Tabel 4.5	: Deskriptif Variabel Keputusan Pembelian.....	63
Tabel 4.6	: Uji Uji Validitas dan Uji Realibilitas .....	64
Tabel 4.7	: Rata-rata Nilai Variabel .....	66
Tabel 4.8	: Variabel Korelasi.....	66
Tabel 4.9	: Variabel Masuk dan Keluar .....	67
Tabel 4.10	: Model Sisaan.....	67
Tabel 4.11	: Hasil Analisis Regresi Linear Berganda.....	68
Tabel 4.12	: Uji Normalitas .....	69
Tabel 4.13	: Uji Multikolinieritas .....	69
Tabel 4.14	: Uji Heteroskedastisitas .....	70
Tabel 4.15	: Uji Autokorelasi .....	70
Tabel 4.16	: Uji t .....	71
Tabel 4.17	: Uji f .....	73
Tabel 4.18	: Koefisien Korelasi .....	73