

DAFTAR ISI

LEMBAR PERSETUJUAN.....	i
PERNYATAAN.....	ii
ABSTRAK.....	iii
<i>ABSTRACT</i>	iv
PEDOMAN TRANSLITERASI.....	v
KATA PENGANTAR.....	vi
DAFTAR ISI.....	viii
DAFTAR TABEL.....	xi
DAFTAR GAMBAR.....	xiii
BAB I PENDAHULUAN.....	1
A. Latar Belakang Penelitian.....	1
B. Rumusan Masalah.....	16
C. Tujuan Penelitian.....	16
D. Manfaat Penelitian.....	17
BAB II KERANGKA TEORITIS.....	18
A. Tinjauan Pustaka.....	18
1. Harga.....	18
2. Kualitas Produk.....	23
3. <i>Word of mouth</i>	30
4. Keputusan Pembelian.....	34
B. Penelitian Terdahulu.....	43
C. Kerangka Pemikiran.....	45
D. Hipotesis.....	48
BAB III METODOLOGI PENELITIAN.....	50
A. Metode Penelitian.....	50
B. Operasional Variabel.....	51
1. Variabel Bebas (Variabel Independen).....	51
2. Variabel Terikat (Variabel Dependen).....	54
C. Populasi dan Sampel.....	55
1. Populasi.....	55

2. Sampel	55
D. Teknik Pengumpulan Data	56
E. Instrumen Penelitian	57
1. Kisi-Kisi Pernyataan.....	57
2. Skala Pengukuran Instrumen.....	58
3. Uji Validitas	59
4. Uji Reliabilitas.....	61
F. Uji Persyaratan Analisis	63
1. Uji Asumsi Dasar	63
2. Uji Asumsi Klasik	64
G. Teknik Analisis Data	65
1. Analisis Statistik Deskriptif.....	65
2. Uji Hipotesis.....	66
H. Objek dan Jadwal Penelitian	72
1. Objek Penelitian	72
2. Jadwal Penelitian.....	72
BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN	73
A. Profil Lokasi Penelitian	73
1. Sejarah Fakultas Agama Islam Universitas Siliwangi	73
2. Visi Misi Universitas Siliwangi	75
3. Visi Misi Fakultas Agama Islam	76
4. Logo Universitas Siliwangi	77
B. Hasil Penelitian.....	78
1. Uji Persyaratan Analisis	78
2. Analisis Statistik Deskriptif.....	83
3. Uji Hipotesis.....	102
C. Pembahasan Hasil Penelitian.....	112
1. Pengaruh Harga Terhadap Keputusan Pembelian	112
2. Pengaruh Kualitas Produk Terhadap Keputusan Pembelian	114

3. Pengaruh <i>Word of Mouth</i> Terhadap Keputusan Pembelian	117
4. Pengaruh Harga, Kualitas Produk dan <i>Word of Mouth</i> Terhadap Keputusan Pembelian	119
BAB V PENUTUP.....	122
A. Kesimpulan.....	122
B. Saran	122
DAFTAR PUSTAKA	124
LAMPIRAN-LAMPIRAN.....	128

DAFTAR TABEL

Tabel 1.1 Jumlah Mahasiswa FAI Pengguna Layanan XL Axiata	11
Tabel 2.1 Penelitian Terdahulu	43
Tabel 3.1 Variabel Independen	51
Tabel 3.2 Variabel Dependen.....	54
Tabel 3.3 Jumlah Mahasiswa FAI Unsil Pengguna Layanan XL Axiata	55
Tabel 3.4 Kisi-kisi Pernyataan Instrumen Penelitian.....	57
Tabel 3.5 Nilai Untuk Pernyataan Positif	58
Tabel 3.6 Nilai Untuk Pernyataan Negatif.....	58
Tabel 3.7 Hasil Perhitungan Uji Validitas Harga	60
Tabel 3.8 Hasil Perhitungan Uji Validitas Kualitas Produk	60
Tabel 3.9 Hasil Perhitungan Uji Validitas <i>Word of Mouth</i>	60
Tabel 3.10 Hasil Perhitungan Uji Validitas Keputusan Pembelian	61
Tabel 3.11 Hasil Perhitungan Uji Reliabilitas Harga.....	62
Tabel 3.12 Hasil Perhitungan Uji Reliabilitas Kualitas Produk.....	62
Tabel 3.13 Hasil Perhitungan Uji Reliabilitas <i>Word of Mouth</i>	62
Tabel 3.14 Hasil Perhitungan Uji Reliabilitas Keputusan Pembelian.....	63
Tabel 3.15 Hasil Uji Reliabilitas	63
Tabel 3.16 Pedoman Interpretasi Koefisien Korelasi	68
Tabel 3.17 Pedoman Interpretasi Koefisien Korelasi	70
Tabel 3.18 Jadwal Penelitian.....	72
Tabel 4.1 Hasil Uji Normalitas	78
Tabel 4.2 Uji Linearitas Variabel Harga	79
Tabel 4.3 Uji Linearitas Kualitas Produk.....	79
Tabel 4.4 Uji Linearitas Variabel <i>Word of Mouth</i>	80
Tabel 4.5 Hasil Uji Multikolinearitas	81
Tabel 4.6 Hasil Uji Heteroskedastisitas	82
Tabel 4.7 Karakteristik Responden Berdasarkan Angkatan	83
Tabel 4.8 Perolehan Skor Variabel Harga (X_1).....	84
Tabel 4.9 Deskriptif Statistik Variabel Harga (X_1).....	85

Tabel 4.10 Interpretasi Variabel Harga (X_1)	86
Tabel 4.11 Distribusi Frekuensi Variabel Harga (X_1).....	87
Tabel 4.12 Perolehan Skor Variabel Kualitas Produk (X_2).....	88
Tabel 4.13 Deskriptif Statistik Variabel Kualitas Produk (X_2).....	90
Tabel 4.14 Interpretasi Variabel Kualitas Produk (X_2).....	90
Tabel 4.15 Distribusi Frekuensi Variabel Kualitas Produk (X_2).....	92
Tabel 4.16 Perolehan Skor Variabel <i>Word of Mouth</i> (X_3).....	93
Tabel 4.17 Deskriptif Statistik Variabel <i>Word of Mouth</i> (X_3)	94
Tabel 4.18 Interpretasi Variabel <i>Word of Mouth</i> (X_3)	95
Tabel 4.19 Distribusi Frekuensi Variabel <i>Word of Mouth</i> (X_3)	96
Tabel 4.20 Perolehan Skor Variabel Keputusan Pembelian (Y).....	97
Tabel 4.21 Deskriptif Statistik Variabel Keputusan Pembelian (Y).....	99
Tabel 4.22 Interpretasi Variabel Keputusan Pembelian (Y)	100
Tabel 4.23 Distribusi Frekuensi Variabel Keputusan Pembelian (Y).....	101
Tabel 4.24 Hasil Uji Koefisien Korelasi Sederhana Variabel Harga (X_1).....	102
Tabel 4.25 Hasil Uji Regresi Linear Sederhana Harga (X_1)	103
Tabel 4.26 Hasil Uji Koefisien Determinasi Harga (X_1)	104
Tabel 4.27 Hasil Uji Koefisien Korelasi Sederhana Kualitas Produk (X_2).....	105
Tabel 4.28 Hasil Uji Regresi Linear Sederhana Kualitas Produk (X_2).....	105
Tabel 4.29 Hasil Uji Koefisien Determinasi Kualitas Produk (X_2)	106
Tabel 4.30 Hasil Uji Koefisien Sederhana <i>Word of Mouth</i> (X_3).....	107
Tabel 4.31 Hasil Uji Regresi Linear Sederhana <i>Word of Mouth</i> (X_3)	108
Tabel 4.32 Hasil Uji Koefisien Determinasi <i>Word of Mouth</i> (X_3).....	109
Tabel 4.33 Hasil Uji Koefisien Korelasi Berganda.....	110
Tabel 4.34 Hasil Uji Regresi Linear Berganda	111

DAFTAR GAMBAR

Gambar 1.1 Akses Internet Berdasarkan Metode	4
Gambar 1.2 Jumlah Pengguna Operator Seluler di Indonesia	5
Gambar 1.3 Presentase Sumber Informasi Mengenai Produk XL Axiata	12
Gambar 2.1 Kerangka Pemikiran	48
Gambar 4.1 Logo Universitas Siliwangi	77
Gambar 4.2 Grafik Histogram Variabel Harga (X_1)	88
Gambar 4.3 Grafik Histogram Kualitas Produk (X_2)	92
Gambar 4.4 Grafik Histogram <i>Word of Mouth</i> (X_3)	97
Gambar 4.5 Grafik Histogram Keputusan Pembelian	101