

DAFTAR ISI

ABSTRAK	i
KATA PENGANTAR	ii
DAFTAR ISI	v
DAFTAR GAMBAR	ix
DAFTAR TABEL	x
DAFTAR GRAFIK	xii
DAFTAR LAMPIRAN	xiii
BAB I PENDAHULUAN	1
A. Latar Belakang Masalah.....	1
B. Rumusan Masalah	8
C. Tujuan Penelitian	8
D. Manfaat Penelitian	9
E. Metode Penelitian	9
F. Lokasi, Jumlah Populasi dan Subjek Penelitian	10
BAB II KAJIAN PUSTAKA	11
A. Persepsi	11
1. Pengertian Persepsi	11
2. Proses Terjadinya Persepsi	12
3. Faktor-faktor yang Mempengaruhi Persepsi	14
B. Iklan dan <i>Tagline</i>	16
1. Pengertian Iklan	16
2. Tujuan Iklan	17
3. Klasifikasi Iklan	17
4. Pengertian <i>Tagline</i>	18
5. Tujuan <i>Tagline</i>	19
6. Karakteristik <i>Tagline</i>	20
7. Isi <i>Tagline</i>	21
C. Loyalitas Pelanggan	23
1. Pengertian Loyalitas Pelanggan	23

2. Aspek yang Mempengaruhi Loyalitas Pelanggan.....	24
3. Jenis-jenis Loyalitas Pelanggan	26
4. Karakteristik Pelanggan yang Loyal.....	27
5. Tahapan Dalam Loyalitas Pelanggan.....	28
6. Manfaat Loyalitas Pelanggan.....	30
D. Penelitian Terdahulu	31
E. Kerangka Berfikir	31
F. Hipotesis	33
BAB III METODE PENELITIAN	34
A. Desain Penelitian	34
B. Variabel Penelitian.....	34
C. Definisi Operasional Variabel.....	34
D. Instrumen Penelitian	35
1. Kisi-kisi Instrumen Persepsi <i>Tagline</i> Iklan IM3 di Televisi.....	35
2. Kisi-kisi Instrumen Loyalitas Pelanggan	39
E. Uji Coba Instrument Penelitian.....	43
1. Uji Validitas Isi	44
2. Uji Koefisiensi Item.....	44
3. Uji Reliabilitas Item.....	45
2. Uji Reliabilitas Instrument.....	46
F. Kategorisasi Skala.....	48
G. Teknik Analisis Data	49
1. Uji Normalitas.....	49
2. Uji Linieritas	50
3. Uji Korelasi	50
4. Uji Koefisien Determinasi	51
5. <i>Content Analysis</i>	51
H. Prosedur Penelitian	52
BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN	54
A. Hasil Penelitian	54

1. Gambaran Umum Persepsi Pelanggan terhadap	
<i>Tagline</i> Iklan IM3 di Televisi.....	55
2. Gambaran Umum Loyalitas Pelanggan.....	57
3. Hasil Teknik Analisis Data Kuantitatif.....	58
a. Uji Normalitas	58
b. Uji Linieritas	60
c. Uji Hipotesis	61
d. Uji Koefisien Determinasi.....	62
4. Hasil Analisis Data Kualitatif.....	63
a. Apa yang Saudara pikirkan ketika mendengar kata IM3	63
b. Apakah Saudara memakai IM3	65
c. Sudah berapa lama Saudara memakai IM3	65
d. Berapa <i>handphone</i> yang Saudara miliki.....	66
e. Kartu lain yang dipakai selain IM3	67
B. Pembahasan	68
1. Pembahasan Persepsi Pelanggan	
terhadap <i>Tagline</i> Iklan IM3 di Televisi di kalangan	
Mahasiswa UPI.....	68
2. Pembahasan Loyalitas Pelanggan	
di Kalangan Mahasiswa UPI.....	70
3. Pembahasan Hubungan Antara Persepsi <i>Tagline</i> Iklan IM3	
di Televisi dengan Loyalitas Pelanggan	
di Kalangan Mahasiswa UPI.....	72
4. Pembahasan Pendapat Mahasiswa UPI Mengenai IM3	73
BAB V KESIMPULAN DAN REKOMENDASI	76
A. Kesimpulan	76
B. Rekomendasi.....	77
DAFTAR PUSTAKA	78
LAMPIRAN 1 UJICOBA INSTRUMENT PENELITIAN.....	82
LAMPIRAN 2 HASIL PENELITIAN.....	104

LAMPIRAN 3 HASIL <i>CONTENT ANALYSIS</i>	121
LAMPIRAN 4 ADMINISTRASI PENELITIAN.....	148



DAFTAR GAMBAR

Gambar

- 2.1 Proses Terjadinya Persepsi 13
- 2.2 Faktor-faktor yang Mempengaruhi Persepsi 14

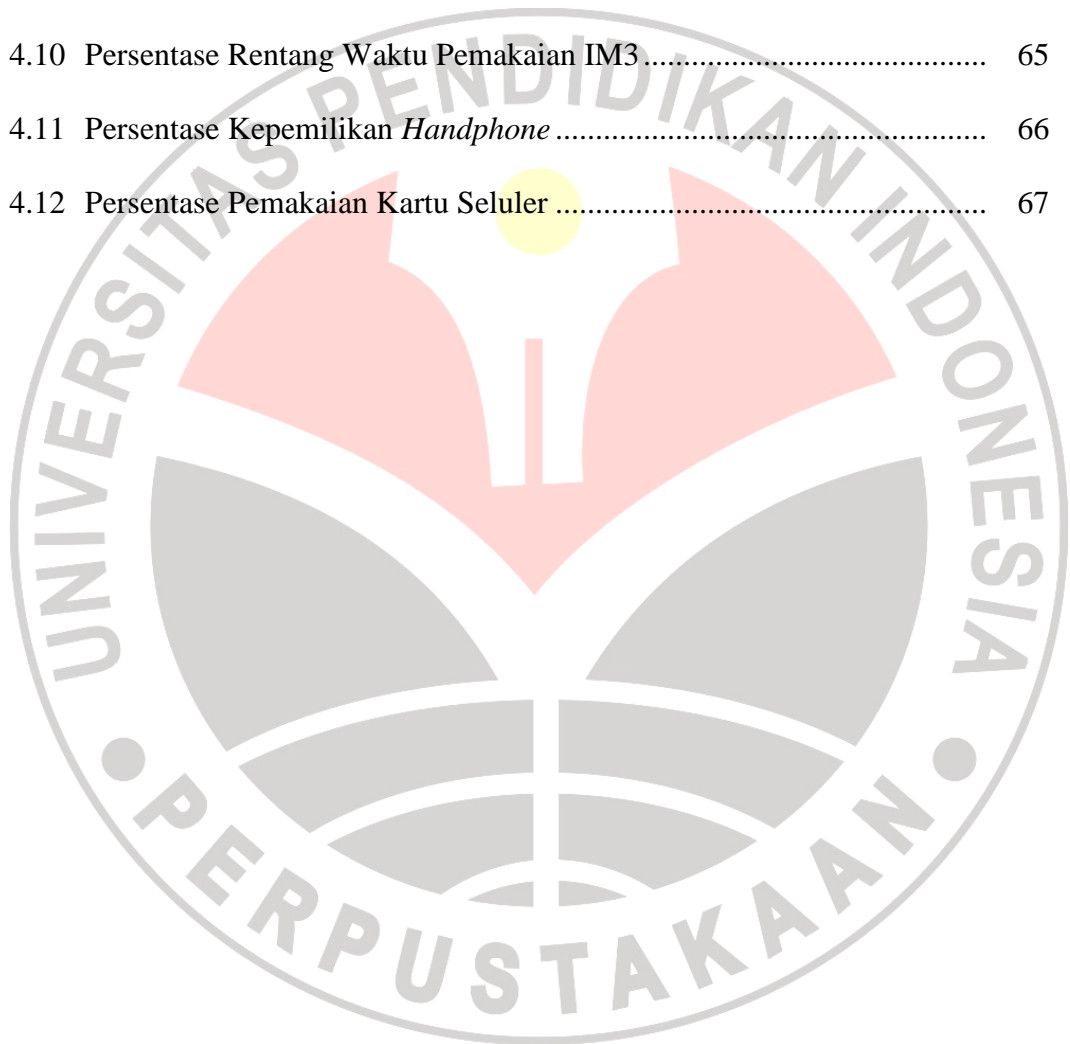


DAFTAR TABEL

Tabel

1.1	Jumlah Pelanggan Operator Seluler di Indonesia	2
3.1	<i>Blue Print</i> Ujicoba Instrument Persepsi <i>Tagline</i> Iklan IM3 di Televisi ..	36
3.2	<i>Blue Print</i> Penelitian Instrument Persepsi <i>Tagline</i> Iklan IM3 di Televisi	37
3.3	Bobot Alternatif Jawaban Instrument Persepsi <i>Tagline</i> Iklan IM3	39
3.4	<i>Blue Print</i> Ujicoba Instrument Loyalitas Pelanggan.....	40
3.5	<i>Blue Print</i> Penelitian Instrument Loyalitas Pelanggan	41
3.6	Bobot Alternatif Jawaban Instrument Loyalitas Pelanggan.....	43
3.7	Item yang Layak Instrument Persepsi <i>Tagline</i> Iklan IM3.....	45
3.8	Item yang Layak Instrument Loyalitas Pelanggan.....	45
3.9	Koefisien Reliabilitas <i>Alpha Cronbach</i>	46
3.10	Hasil Reliabilitas Ujicoba Instrument Persepsi <i>Tagline</i> Iklan IM3	47
3.11	Hasil Reliabilitas Penelitian Instrument Persepsi <i>Tagline</i> Iklan IM3.....	47
3.12	Hasil Reliabilitas Ujicoba Instrument Loyalitas Pelanggan	47
3.13	Hasil Reliabilitas Penelitian Instrument Loyalitas Pelanggan.....	48
3.14	Rumusan Tiga Kategori.....	48
3.15	Pedoman Interpretasi Nilai Koefisien Korelasi	51
4.1	<i>Descriptive Statistic</i> Persepsi Pelanggan terhadap <i>Tagline</i> Iklan IM3 di Televisi	55
4.2	Hasil Kategorisasi Persepsi Pelanggan <i>Tagline</i> Iklan IM3 di Televisi...	56
4.3	<i>Descriptive Statistic</i> Loyalitas Pelanggan IM3.....	57
4.4	Hasil Kategorisasi Loyalitas Pelanggan IM3	57

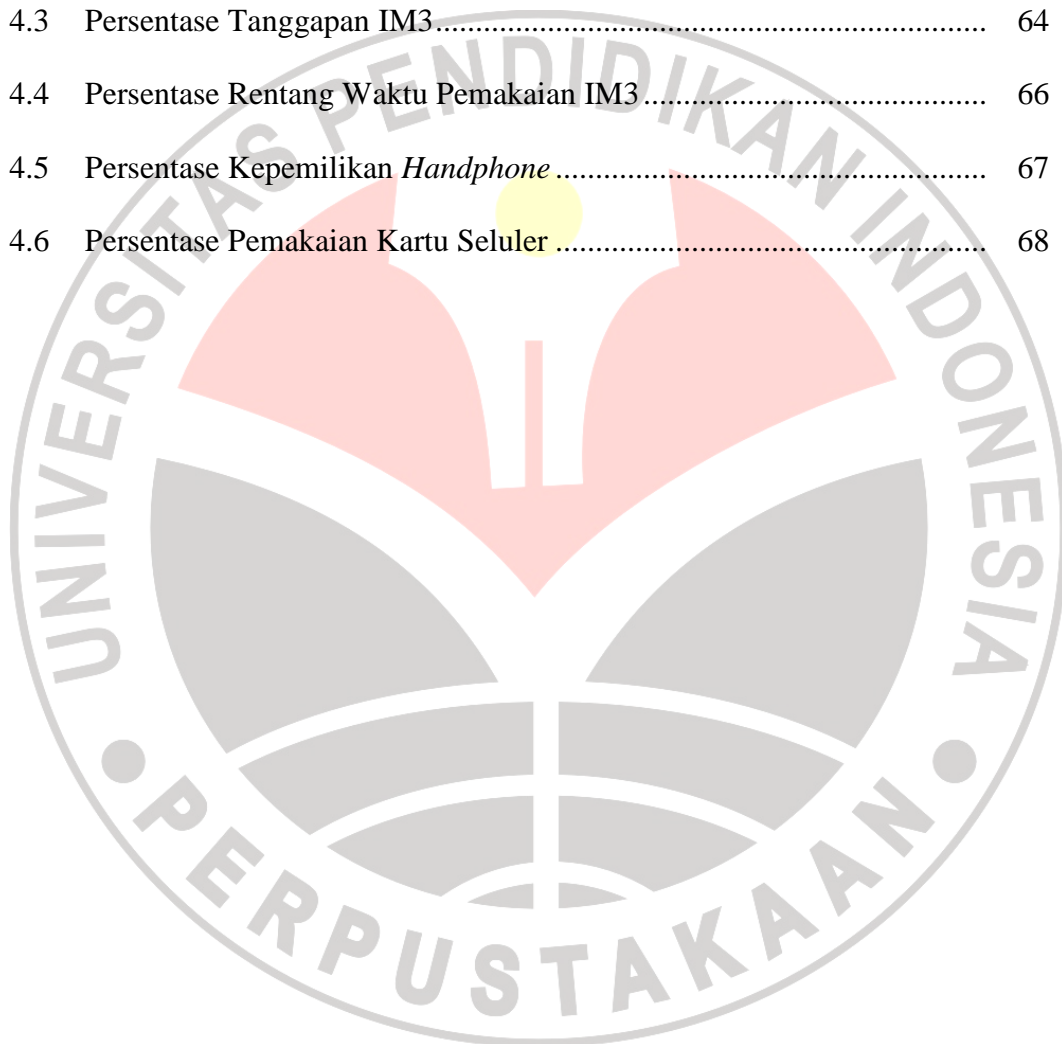
4.5 Uji Normalitas	59
4.6 Uji Linieritas.....	60
4.7 <i>Correlation</i>	62
4.8 Persentase Tanggan IM3.....	63
4.9 Persentase Pengguna IM3.....	65
4.10 Persentase Rentang Waktu Pemakaian IM3.....	65
4.11 Persentase Kepemilikan <i>Handphone</i>	66
4.12 Persentase Pemakaian Kartu Seluler	67



DAFTAR GRAFIK

Grafik

4.1	Persentase Persepsi Pelanggan terhadap <i>Tagline</i> Iklan IM3 di Televisi	56
4.2	Persentase Loyalitas Pelanggan IM3	58
4.3	Persentase Tanggapan IM3	64
4.4	Persentase Rentang Waktu Pemakaian IM3	66
4.5	Persentase Kepemilikan <i>Handphone</i>	67
4.6	Persentase Pemakaian Kartu Seluler	68



DAFTAR LAMPIRAN

LAMPIRAN 1 UJICOBA INSTRUMENT PENELITIAN.....	82
A. Instrumen Ujicoba	83
B. Hasil Skoring Ujicoba Instrument	87
C. Hasil Koefisiensi Item dan Reliabilitas	95
LAMPIRAN 2 HASIL PENELITIAN.....	104
A. Instrument Penelitian.....	105
B. Hasil Skoring Penelitian.....	109
C. Hasil Pengolahan Statistik SPSS	117
LAMPIRAN 3 HASIL <i>CONTENT ANALYSIS</i>	121
A. Apa yang ada dipikiran Saudara ketika mendengar kata IM3.....	122
B. Apakah Saudara memakai IM3	128
C. Sudah berapa lama Saudara memakai IM3.....	133
D. Berapa <i>handphone</i> yang Saudara miliki.....	138
LAMPIRAN 4 ADMINISTRASI PENELITIAN.....	148
A. Kartu Bimbingan	149
B. Surat Keputusan Dosen Pembimbing.....	153
C. Surat-surat Penelitian.....	154