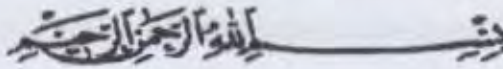


KATA PENGANTAR



Ass. Mualaikum Wr.Wb

Puji dan Syukur kepada Allah S.W.T, yang maha pengasih dan penyayang atas segala hidayah dan karuniaNya, Salawat dan salam kepada Rasullullah S.A.W sebagai penuntut dalam menerangi jalan kehidupan ini serta do'a dan restu dari kedua orang tua sehingga penulis dapat menyelesaikan skripsi ini.

Skripsi ini merupakan tugas akhir yang harus diselesaikan untuk memenuhi salah satu syarat penyelesaian program studi S1 pada Fakultas Ekonomi universitas Medan Area dengan memilih judul "Pengaruh Kualitas Produk Flexi Terhadap Minat Beli Konsumen Pada Plaza Telkom Unit Costumer Care Medan"

Selama melakukan penelitian dan penyusunan skripsi, penulis menerima bimbingan bantuan moril dan material dari berbagai pihak. Untuk itu pada kesempatan ini penulis menyampaikan ucapan terima kasih kepada :

1. Bapak Prof. DR. H. Sya'ad Afifuddin, SE, MEd selaku Dekan Fakultas Ekonomi Universitas Medan Area.
2. Bapak Hery Syahril, SE, Msi selaku Wakil Dekan I Fakultas Ekonomi Universitas Medan Area.
3. Bapak Ihsan Effendi, SE, Msi selaku Ketua Jurusan Manajemen Fakultas Ekonomi Universitas Medan Area serta Ketua Sidang Meja Hijau.

4. Bapak Drs. H. Miftahuddin, MBA selaku Dosen Pembimbing I yang telah banyak memberikan saran dan bimbingan dalam penyelesaian skripsi ini.
5. Bapak Agustiono, SE, MMA, selaku Dosen Pembimbing II atas segala bimbingan, saran dan berbagai kritikan yang membangun dan sangat berguna bagi penulis dalam menyelesaikan skripsi ini.
6. Seluruh Bapak dan Ibu Dosen serta staff fakultas ekonomi yang telah mengajar dan membantu penulis hingga dapat menyelesaikan perkuliahan.
7. Bapak Plaza Telkom Unit Costumer Care Medan, terima kasih atas bantuan dalam memberikan data dan informasi demi terwujudnya skripsi ini.
8. Buat sobatku dan juga buat teman-teman Manajemen angkatan 2007 "Ahmad Rizki Lubis, Rotua Sitorus, Ertia Nia Sinuhaji, Nuri Amraini Dalimunte, dan orang-orang yang pernah hadir mengisi hatiku.
9. Teristimewa saya ucapkan terima kasih yang tak terhingga buat Ayahanda "Hot Marison Silitonga" dan Ibunda "Nur Hadiyani Silalahi yang dengan penuh kasih sayang membesarkan, mendoakan dan berkorban demi masa depan Ananda. Nenekku (Rihani Sibuea) dan Kakekku (Marhaman Silalahi) dan serta Tulang (Alpansur Silalahi) dan adek-adekku (Agushariyadi dan Ramaida).

Semoga skripsi ini dapat bermanfaat bagi para pembaca umumnya dan bagi penulis khususnya, Amin.....

Medan, 2011
Penulis

(MARDIYANTI SILITONGA)

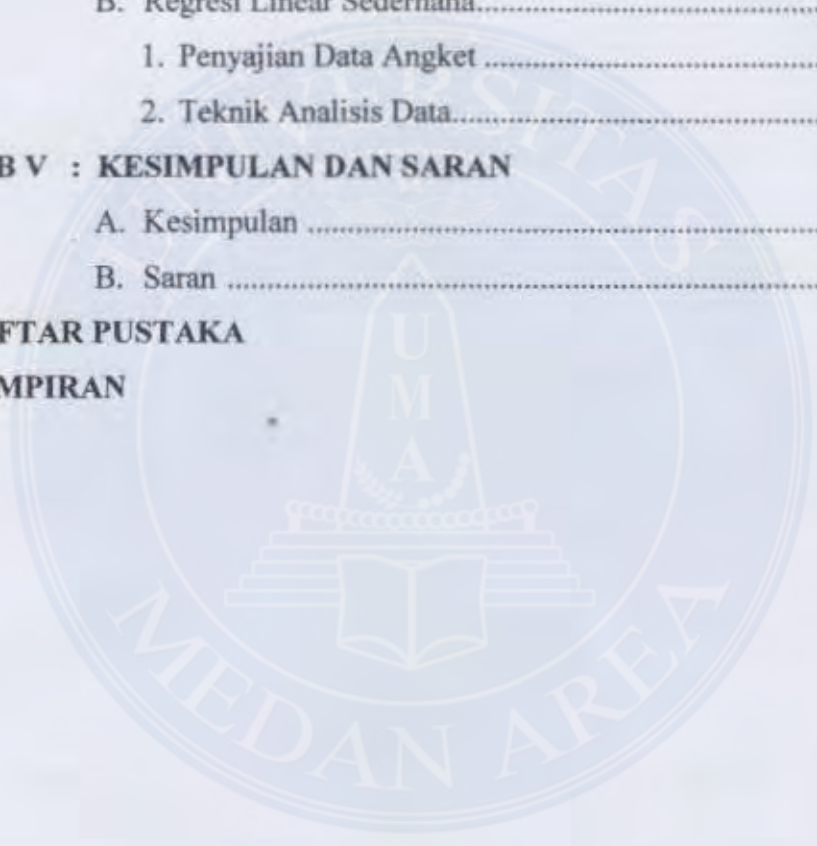
DAFTAR ISI

	Halaman
RINGKASAN	i
KATA PENGANTAR	ii
DAFTAR ISI	iv
DAFTAR GAMBAR	vii
DAFTAR TABEL	viii
BAB I : PENDAHULUAN	
A. Latar Belakang Masalah	1
B. Rumusan Masalah.....	3
C. Tujuan Penelitian	4
D. Manfaat Penelitian.....	4
BAB II : LANDASAN TEORITIS	
A. Uraian Teoritis	6
1. Pengertian Produk	6
2. Pengertian Kualitas Produk.....	7
3. Spesifikasi Kualitas Produk	10
4. Pengertian Minat Beli	11
5. Faktor-faktor yang mempengaruhi Minat Beli	12
6. Keputusan Pembelian.....	13
B. Kerangka Konseptual.....	16
C. Hipotesis	18
BAB III: METODE PENELITIAN	
A. Jenis, Lokasi dan Waktu Penelitian.....	19
B. Populasi dan Sampel.....	20
C. Definisi Operasional	21
D. Jenis dan Sumber Data.....	22
E. Teknik Pengumpulan Data	22
F. Teknik Analisis Data	23

BAB IV : HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN	
A. Hasil Penelitian	26
1. Deskripsi KPP Pratama Medan Barat	26
2. Struktur Organisasi KPP Pratama Medan Barat	27
3. Deskripsi Tugas dan Tanggung Jawab	28
4. Aktivitas Umum Perusahaan.....	35
B. Regresi Linear Sederhana.....	36
1. Penyajian Data Angket	36
2. Teknik Analisis Data.....	54
BAB V : KESIMPULAN DAN SARAN	
A. Kesimpulan	58
B. Saran	59

DAFTAR PUSTAKA

LAMPIRAN



DAFTAR GAMBAR

	Halaman
1. Kerangka Konseptual	18
2. Struktur Organisasi Plaza Telkom Unit <i>Costumer Care</i>	28



DAFTAR TABEL

	Halaman
1. Rincian Waktu Penelitian	19
2. Intrumen Skala Likert	22
3. Pedoman Untuk Memberikan Interpretasi Koefisien Korelasi.....	24
4. Apakah fitur flexi yang lebih canggih dapat memberikan sambungan yang memuaskan anda.....	37
5. Apakah anda setuju dengan sinyal maupun suara yang lebih jernih dengan sinyal kuat produk flexi.....	37
6. Apakah anda merasa setuju dengan produk-produk yang ada di Plaza Telkom	38
7. Apakah anda merasa setuju dengan tanggapan dari perusahaan atas komplain yang anda ajukan.....	38
8. Setujukah anda setuju dengan informasi atas keluhan anda selama penggunaan produk flexi	39
9. Setujukah anda dengan desain produk kartu flexi adalah salah satu aspek pembentuk citra kualitas produk	39
10. Apakah anda setuju dengan adanya mutu layanan yang diberikan produk flexi	40
11. Setjukah anda layanan yang diberikan kualitas produk flexi sudah sangat membantu kebutuhan anda.....	40
12. Setujukah anda bahwa kualitas produk flexi yang ditawarkan PT. Telkom lebih baik dibandingkan dengan produk lainnya	41
13. Setujukah anda bahwa produk flexi sangat berkualitas dengan harga dan jangkauan yang sangat memuaskan	41
14. Setujukah anda dengan produk flexi yang ditawarkan PT. Telkom	42
15. Apakah anda setuju terhadap produk flexi sehingga menambah minat beli anda	42

16. Apakah pelayanan yang memuaskan, menambah minat beli anda terhadap produk flexi.....	43
17. Apakah dengan adanya bonus-bonus pembelian, hadiah-hadiah yang diberikan PT. Telkom, anda merasa puas.....	43
18. Setujukah anda bahwa untuk meningkatkan selera anda, perusahaan harus memberikan service, hadiah, kemudahan serta layanan.....	44
19. Apakah anda adalah pelanggan yang puas, karena adanya produk unggulan pada produk flexi.....	44
20. Apakah dengan banyaknya merek kartu yang ditawarkan kepada anda akan tetap puas terhadap produk flexi.....	45
21. Apakah merek telkomsel dapat memiliki kepuasan atau loyalitas andaApakah anda setuju fasilitas yang diberikan produk kartu flexi memuaskan anda.....	45
22. Apakah anda setuju kualitas produk flexi yang anda pergunakan sangat memuaskan.....	46
23. Tabulasi dan nilai jawaban responden terhadap variabel bebas x (kualitas produk).....	47
24. Distribusi frekuensi jumlah jawaban responden terhadap variabel bebas x (kualitas produk).....	49
25. Tabulasi dan nilai jawaban responden terhadap variabel terikat (minat beli).....	50
26. Distribusi frekuensi jumlah jawaban responden terhadap variabel terikat y (minat beli).....	52
27. Pedoman untuk memberikan interpretasi dari hasil koefisien korelasi product moment.....	53
28. Pedoman untuk memberikan interpretasi koefisien korelasi.....	55