

DAFTAR ISI

HALAMAN JUDUL.....	i
PERSETUJUAN SKRIPSI	ii
PENGESAHAN KELULUSAN UJIAN.....	iii
PERNYATAAN ORISINALITAS SKRIPSI	iv
MOTTO DAN PERSEMBAHAN	v
ABSTRACT.....	vi
ABSTRAK	vii
KATA PENGANTAR	viii
DAFTAR TABEL.....	xiv
DAFTAR GAMBAR	xv
BAB I PENDAHULUAN.....	1
1.1 Latar Belakang Masalah.....	1
1.2 Rumusan Masalah	11
1.3 Tujuan Penelitian.....	13
1.4 Sistematika Penulisan.....	13
BAB II TINJAUAN PUSTAKA.....	15
2.1 Landasan Teori.....	15
2.1.1 Model <i>Push-Pull-Mooring</i> (PPM).....	15
2.1.2 <i>Customer Dissatisfaction</i>	18
2.1.3 <i>Alternative Attractiveness</i>	19
2.1.4 <i>Switching Cost</i>	20
2.1.5 <i>Switching Intention</i>	21
2.1.6 <i>Switching Behavior</i>	22
2.2 Penelitian Terdahulu	23
2.3 Pengaruh Antar Variabel.....	28
2.3.1 Pengaruh <i>Customer Dissatisfaction</i> terhadap <i>Switching Intention</i> ..	28
2.3.2 Pengaruh <i>Alternative Attractiveness</i> terhadap <i>Switching Intention</i> .	29
2.3.3 Pengaruh <i>Switching Cost</i> terhadap <i>Switching Intention</i>	30
2.3.4 Pengaruh <i>Switching Intention</i> terhadap <i>Switching Behavior</i>	30
2.3.5 Pengaruh <i>Customer Dissatisfaction</i> terhadap <i>Switching Behavior</i> ..	31
2.3.6 Pengaruh <i>Switching Cost</i> terhadap <i>Switching Behavior</i>	32

2.4 Kerangka Pemikiran Teoritis.....	33
2.5 Pengaruh Variabel dan Indikator.....	34
BAB III METODE PENELITIAN.....	36
3.1 Variabel Penelitian dan Definisi Operasional Variabel	36
3.1.1 Variabel Penelitian.....	36
3.1.2 Definisi Operasional Variabel	37
3.2 Populasi dan Sampel	39
3.2.1 Populasi Penelitian.....	39
3.2.2 Sampel Penelitian	39
3.3 Jenis dan Sumber Data	40
3.3.1 Data Primer	40
3.3.2 Data Sekunder.....	41
3.4 Teknik Pengumpulan Data	41
3.4.1 Kuesioner (Angket).....	41
3.4.2 Studi Kepustakaan	42
3.5 Metode Analisis Data	42
3.5.1 Pengujian Kualitas Data Penelitian.....	42
3.5.1.1 Uji Validitas.....	42
3.5.1.2 Uji Reliabilitas	43
3.5.2 Uji <i>Structural Equation Modeling</i> (SEM)	43
BAB IV HASIL DAN PEMBAHASAN	53
4.1 Deskripsi Objek Penelitian.....	53
4.1.1 Gambaran Umum Objek Penelitian.....	53
4.1.2 Gambaran Umum Responden.....	54
4.2 Hasil Analisis Data.....	57
4.2.1 Analisis Indeks Jawaban Responden	57
4.2.2 Uji <i>Confirmatory Factor Analysis</i>	61
4.2.3 Uji Struktural	67
4.2.4 Pengujian Hipotesis	75
4.2.5 Analisis <i>Direct, Indirect, dan Total Effect</i>	77
4.3 Interpretasi Hasil	78
4.3.1 Pengaruh <i>Customer Dissatisfaction</i> terhadap <i>Switching Intention</i> ..	78

4.3.2 Pengaruh <i>Alternative Attractiveness</i> terhadap <i>Switching Intention</i> .	79
4.3.3 Pengaruh <i>Switching Cost</i> terhadap <i>Switching Intention</i>	80
4.3.4 Pengaruh <i>Switching Intention</i> terhadap <i>Switching Behavior</i>	81
4.3.5 Pengaruh <i>Customer Dissatisfaction</i> terhadap <i>Switching Behavior</i> ..	82
4.3.6 Pengaruh <i>Switching Cost</i> terhadap <i>Switching Behavior</i>	83
BAB V PENUTUP	84
5.1 Kesimpulan Hipotesis	84
5.2 Kesimpulan Masalah Penelitian	86
5.3 Implikasi Teoritis	88
5.4 Implikasi Manajerial	90
5.5 Keterbatasan Penelitian	92
5.6 Saran Penelitian Mendatang	93
DAFTAR PUSTAKA	95
LAMPIRAN	103
Lampiran A: Kuesioner Penelitian	103
Lampiran B: Tabulasi Data	111
Lampiran C: Hasil <i>Output</i> AMOS.....	115



FEB UNDIP