

DAFTAR ISI

	Halaman
HALAMAN JUDUL	i
PERNYATAAN KEASLIAN TESIS.....	ii
HALAMAN PERSETUJUAN PEMBIMBING.....	iii
MOTTO DAN PERSEMBAHAN.....	iv
ABSTRACT.....	v
ABSTRAKSI.....	vi
KATA PENGANTAR.....	vii
DAFTAR ISI	ix
DAFTAR GAMBAR.....	xiii
DAFTAR TABEL	xiv
DAFTAR GRAFIK.....	xv
DAFTAR LAMPIRAN	xvi
BAB I PENDAHULUAN	
1.1 Latar Belakang Masalah.....	1
1.2 Rumusan Masalah.....	7
1.3 Tujuan dan Kegunaan Penelitian.....	8
1.3.1 Tujuan Penelitian.....	8
1.3.2 Kegunaan Penelitian.....	8
1.4 Sistematika Penulisan.....	8
BAB II TELAAH PUSTAKA DAN PENGEMBANGAN MODEL	
2.1 Penelitian Rujukan	
2.1.1 Penelitian Aydin, Serkan; Gokhan Ozer (2005).....	10
2.1.2 Penelitian Aydin, Serkan; Gokhan Ozer (2006).....	11
2.1.3 Penelitian Karsono (2007).....	13
2.1.4 Penelitian Lee, Jonathan; Lee, Janghyuk; Feick, Lawrence (2001).....	14
2.2 Telaah Pustaka	

2.2.1	Persepsi Risiko.....	15
2.2.2	<i>Switching Cost</i>	16
2.2.3	Persepsi Risiko dan <i>Switching Cost</i>	17
2.2.4	Loyalitas Pelanggan.....	19
2.2.5	<i>Switching Cost</i> dan Loyalitas Pelanggan.....	20
2.2.6	<i>Corporate Image</i>	22
2.2.7	Pengaruh <i>Corporate Image</i> terhadap <i>Switching Cost</i> dan Loyalitas Pelanggan.....	23
2.3	Kerangka Pemikiran Teoritis.....	24
2.4	Dimensional Variabel.....	25
2.4.1	Dimensional Variabel Persepsi Risiko.....	25
2.4.2	Dimensional Variabel <i>Switching Cost</i>	26
2.4.3	Dimensional Variabel <i>Corporate Image</i>	27
2.4.4	Dimensional Variabel Loyalitas Pelanggan.....	28

BAB III METODE PENELITIAN

3.1	Jenis Penelitian.....	30
3.2	Jenis dan Sumber Data.....	30
3.2.1	Jenis Data.....	30
3.2.2	Sumber Data.....	31
3.3	Populasi dan Sampel.....	31
3.4	Metode Pengumpulan Data dan Skala Pengukuran.....	32
3.5	Teknik Analisis Data.....	36
3.5.1	Analisis Deskriptif.....	36
3.5.2	Analisis Instrumen Penelitian.....	37
3.5.3	Spesifikasi Model Struktural dengan PLS.....	38
3.5.4	Evaluasi Model.....	39

BAB IV ANALISIS DATA

4.1	Pendahuluan.....	41
4.2	Gambaran Umum Responden Penelitian.....	41
4.2.1	Responden Menurut Jenis Kelamin.....	42
4.2.2	Responden Menurut Usia.....	42

4.2.3	Responden Menurut Pendidikan Terakhir.....	43
4.2.4	Responden Menurut Pekerjaan.....	44
4.2.5	Responden Menurut Pengeluaran.....	44
4.3	Statistik Deskriptif.....	45
4.3.1	Variabel Persepsi Risiko.....	46
4.3.2	Variabel <i>Switching Cost</i>	48
4.3.3	Variabel <i>Corporate Image</i>	51
4.3.4	Variabel Loyalitas Pelanggan.....	53
4.4	Analisis Instrumen Penelitian.....	54
4.4.1	Uji Validitas.....	55
4.4.2	Uji Reliabilitas.....	56
4.5	Evaluasi Model.....	57
4.5.1	Hasil Analisis CFA Konstruk.....	58
4.5.2	General SEM Analysis Result.....	59
4.5.3	Path Coefficients and P-Value.....	60
4.5.4	Standart Error.....	61
4.5.5	Latent Variable Correlation.....	62
4.5.6	Uji Normalitas.....	62
4.5.7	Hasil Analisis SEM-PLS Model Penelitian.....	66
4.6	Pengujian Hipotesis.....	67
4.7	Pembahasan.....	69

BAB V KESIMPULAN DAN IMPLIKASI KEBIJAKAN

5.1	Ringkasan Penelitian.....	73
5.2	Kesimpulan.....	74
5.2.1	Kesimpulan Atas Hipotesis.....	74
5.2.2	Kesimpulan Atas Masalah Penelitian.....	76
5.3	Implikasi.....	77
5.3.1	Implikasi Teoritis.....	77
5.3.2	Implikasi Manajerial.....	81
5.4	Keterbatasan Penelitian.....	84
5.5	Penelitian Yang Akan Datang.....	85

DAFTAR PUSTAKA
LAMPIRAN - LAMPIRAN