

DAFTAR ISI

Halaman Judul	i
Sertifikasi	ii
Halaman Pengesahan	iii
Abstrak	iv
Kata Pengantar	vi
Motto dan Persembahan	viii

BAB 1 PENDAHULUAN

1.1. Latar Belakang Masalah	1
1.2. Perumusan Masalah	9
1.3. Tujuan Penelitian	10
1.4. Manfaat Penelitian	11

BAB II TELAAH PUSTAKA DAN PENGEMBANGAN MODEL

2.1 Pendahuluan.....	12
2.2 Konsep Perpindahan Merek	13
2.3 Konsep Kepuasan Pelanggan	18
2.4 Konsep Kualitas Layanan	20
2.5 Konsep Harga	22
2.6 Hubungan Kualitas Layanan dan Kepuasan Pelanggan	25
2.7 Hubungan Harga dan Kepuasan Pelanggan	26
2.8 Hubungan Kualitas Layanan dan Niat Berpindah Merek	28
2.9 Hubungan Harga dan Niat Berpindah Merek	29
2.10 Hubungan Kepuasan Pelanggan dan Niat Berpindah Merek	29
2.11 Telaah Penelitian Terdahulu	30
2.12 Pengembangan Model Kerangka Pemikiran Teoritis	34
2.13 Hipotesis	35

2.14 Indikator Variabel	35
2.14.1 Indikator dari Variabel Kualitas Layanan	35
2.14.2 Indikator dari Variabel Persepsi Harga	36
2.14.3 Indikator dari Variabel Kepuasan Pelanggan	37
2.14.4 Indikator dari Variabel Niat Berpindah Merek	38
BAB III METODE PENELITIAN	
3.1 Pendahuluan	40
3.2 Jenis dan Sumber Data	40
3.2.1 Data Primer	40
3.2.2 Data Sekunder	41
3.2.3 Sumber Data	41
3.3 Populasi dan Sampel	41
3.3.1 Populasi	41
3.3.2 Sampel	41
3.4 Metode Pengumpulan Data	43
3.5 Teknik Analisis Data	45
BAB IV ANALISA DATA DAN PEMBAHASAN	
4.1 Gambaran Umum Obyek Penelitian	56
4.1.1 Profil PT Telkomsel Semarang	56
4.1.2 Profil Obyek Penelitian	57
4.1.3 Rangkuman Profil Obyek Penelitian	61
4.2 Pengujian Reliabilitas dan Validitas Kuesioner	62
4.3 Proses Analisis Data	63
4.3.1 Statistik Deskriptif	63
4.3.1.1 Indeks Variabel Kualitas Layanan	65
4.3.1.2 Indeks Variabel Persepsi Harga	66
4.3.1.3 Indeks Variabel Kepuasan Pelanggan	67
4.3.1.4 Indeks Variabel Niat Pelanggan Berpindah Merek	68

4.4 Proses dan Hasil Analisis Data dan Pengujian Model Penelitian	71
4.4.1 Langkah 1 : Pengembangan model berbasis teori	71
4.4.2 Langkah 2 : Menyusun diagram alur	72
4.4.3 Langkah 3 : Konversi Diagram Alur ke dalam persamaan	72
4.4.4 Langkah 4 : Memilih <i>Matriks Input</i> dan Teknik Estimasi	72
4.4.4.1 Analisis Faktor Konfirmatori Konstruk Eksogen	75
4.4.4.2 Analisis <i>Structural Equation Model</i> (SEM)	78
4.4.5 Langkah 5 : Menilai Permasalahan Identifikasi	80
4.4.6 Langkah 6 : Evaluasi atas asumsi-asumsi SEM	81
4.4.6.1 Ukuran Sampel	81
4.4.6.2 Outlier	81
4.4.6.2.1 <i>Univariate Outlier</i>	82
4.4.6.2.2 <i>Multivariate Outlier</i>	83
4.4.6.3 Uji Normalitas Data	84
4.4.6.4 Evaluasi atas <i>multikolinearitas</i> dan <i>singularitas</i>	86
4.4.6.5 Uji Kesesuaian dan Uji Statistik	87
4.4.7 Langkah 7 : Interpretasi dan Modifikasi Model	87
4.5 Uji Reliabilitas dan <i>Variance Extract</i>	88
4.5.1 Uji Reliabilitas	88
4.5.2 <i>Variance Extract</i>	90
4.6 Pengujian Hipótesis	91
4.6.1 Kualitas Layanan Berpengaruh Positif Terhadap Kepuasan Pelanggan .	91
4.6.2 Persepsi Harga Berpengaruh Positif Terhadap Kepuasan Pelanggan	92
4.6.3 Kualitas Layanan Mempunyai Pengaruh Negatif Terhadap Niat Pelanggan Berpindah Merek	93
4.6.4 Persepsi Harga Mempunyai Pengaruh Negatif Terhadap Niat Pelanggan Berpindah Merek	94

4.6.5 Kepuasan Pelanggan Mempunyai Pengaruh Negatif Terhadap Niat Pelanggan Berpindah Merek	95
--	----

BAB V KESIMPULAN DAN IMPLIKASI KEBIJAKAN

5.1 Ringkasan Penelitian	96
5.2 Kesimpulan Pengujian Hipotesis Penelitian	99
5.2.1 H1 : Kualitas layanan mempunyai pengaruh positif terhadap kepuasan pelanggan	99
5.2.2 H2 : Persepsi harga mempunyai pengaruh positif terhadap kepuasan pelanggan	100
5.2.3 H3 : Kualitas layanan mempunyai pengaruh negatif terhadap niat pelanggan berpindah merek	100
5.2.4 H4 : Persepsi harga mempunyai pengaruh negatif terhadap niat pelanggan berpindah merek	101
5.2.5 H5 : Kepuasan Pelanggan mempunyai pengaruh negatif terhadap niat pelanggan berpindah merek	101
5.3 Kesimpulan dari Masalah Penelitian	101
5.4 Implikasi Teoritis	104
5.5 Implikasi Kebijakan Manajerial	106
5.6 Keterbatasan Penelitian	109
5.7 Agenda Penelitian Mendatang	110

DAFTAR REFERENSI

DAFTAR TABEL

DAFTAR GAMBAR

LAMPIRAN

DAFTAR RIWAYAT HIDUP