

DAFTAR ISI

ABSTRAK	i
ABSTRACT	ii
KATA PENGANTAR	iii
UCAPAN TERIMA KASIH	iv
DAFTAR ISI	viii
DAFTAR TABEL	xi
DAFTAR GAMBAR	xiii
DAFTAR LAMPIRAN	xiv
BAB I PENDAHULUAN	1
1.1 Latar Belakang Penelitian.....	1
1.2 Identifikasi Masalah.....	12
1.3 Rumusan Masalah.....	13
1.4 Tujuan Penelitian.....	14
1.5 Kegunaan Penelitian.....	15
BAB II KAJIAN PUSTAKA, KERANGKA PENELITIAN, DAN HIPOTESIS	16
2.1 Kajian Pustaka.....	16
2.1.1 Konsep <i>Switching Barrier</i>	16
2.1.1.1 <i>Switching Barrier</i> dalam <i>Relationship Marketing</i>	16
2.1.1.2 Definisi <i>Switching Barrier</i>	21
2.1.1.3 Dimensi <i>Switching Barrier</i>	23
2.1.2 Konsep Loyalitas Pelanggan.....	25
2.1.2.1 Definisi Loyalitas Pelanggan.....	25
2.1.2.2 Tahapan Loyalitas Pelanggan.....	28
2.1.2.3 Dimensi Loyalitas Pelanggan.....	32
2.1.3 Pengaruh <i>Switching Barrier</i> Terhadap Loyalitas Pelanggan.....	35
2.1.4 Orisinalitas Penelitian.....	36
2.2 Kerangka Penelitian.....	38

2.3 Hipotesis.....	43
BAB III OBJEK DAN METODE PENELITIAN.....	44
3.1 Objek Penelitian.....	44
3.2 Metode Penelitian.....	44
3.2.1 Jenis Penelitian.....	44
3.2.2 Metode Penelitian.....	45
3.2.3 Operasionalisasi Variabel.....	46
3.2.4 Jenis dan Sumber Data.....	52
3.2.5 Populasi, Sampel, dan Teknik Sampling.....	54
3.2.5.1 Populasi.....	54
3.2.5.2 Sampel.....	54
3.2.5.3 Teknik Sampling.....	58
3.2.6 Teknik Pengumpulan Data.....	61
3.2.7 Hasil Pengujian Validitas dan Reliabilitas.....	63
3.2.7.1 Hasil Pengujian Validitas.....	64
3.2.7.2 Hasil Pengujian Reliabilitas.....	69
3.2.8 Teknik Analisis Data.....	71
3.2.8.1 Analisis Deskriptif.....	73
3.2.8.2 Analisis Verifikatif Menggunakan <i>Path Analysis</i>	74
3.2.9 Pengujian Hipotesis.....	78
BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN.....	99
4.1 Profil Perusahaan dan Pelanggan TV Berbayar Indovision.....	80
4.1.1 Profil Perusahaan.....	81
4.1.1.1 Profil Perusahaan.....	81
4.1.1.2 Visi dan Misi Indovision.....	83
4.1.1.3 Produk dan Jasa PT.MNC Skyvision.....	83
4.1.1.4 <i>Switching Barrier</i> TV Berbayar Indovision.....	86
4.1.2 Karakteristik dan Pengalaman Responden.....	87
4.1.2.1 Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis Kelamin dan Usia.....	88

4.1.2.2	Karakteristik Responden Berdasarkan Pendidikan Terakhir dengan Pekerjaan.....	89
4.1.2.3	Karakteristik Responden Berdasarkan Pekerjaan dengan Penghasilan.....	90
4.1.2.4	Karakteristik Responden Berdasarkan Lama Berlangganan dengan Alasan Berlangganan.....	92
4.1.2.5	Karakteristik Responden Berdasarkan Usia dan Alasan Berlangganan	93
4.1.2.6	Karakteristik Responden Berdasarkan Lamanya Berlangganan dan Jenis Paket yang Dipilih.....	95
4.1.2.7	Alasan Responden Berlangganan TV Berbayar Indovision.....	96
4.2	Gambaran <i>Switching Barrier</i> TV Berbayar Indovision di Kecamatan Sukasari Kota Bandung.....	97
4.2.1	Gambaran <i>Switching Barrier</i>	97
4.2.1.1	Gambaran <i>Interpersonal Relationship</i>	97
4.2.1.2	Gambaran <i>Perceived Switching Cost</i>	99
4.2.1.3	Gambaran <i>The Attractiveness of Alternative</i>	100
4.2.1.4	Rekapitulasi Dimensi <i>Switching Barrier</i>	101
4.3	Gambaran Loyalitas Pelanggan TV Berbayar Indovision di KecamatanS ukasari Kota Bandung.....	105
4.3.1	Gambaran Loyalitas Pelanggan.....	105
4.3.1.1	Gambaran <i>Makes RegularRepeat Purchase</i>	105
4.3.1.2	Gambaran <i>Refers To Other</i>	107
4.3.1.3	Gambaran <i>Immunity</i>	108
4.3.1.4	Gambaran <i>Purchase Across Product and Line</i>	110
4.3.1.5	Rekapitulasi Dimensi Loyalitas Pelanggan.....	110
4.4	Pengaruh <i>Switching Barrier</i> rterhadap Loyalitas Pelanggan TV Berbayar Indovision.....	114
4.5	Pembahasan Hasil Penelitian.....	119
4.6	Implikasi Penelitian Terhadap Pengembangan Pendidikan Manajemen Bisnis.....	121

BAB V KESIMPULAN DAN REKOMENDASI	126
5.1 Kesimpulan.....	126
5.1 Rekomendasi.....	127
DAFTAR PUSTAKA	129

Agnes Pradea Putri, 2014*PENGARUH SWITCHING BARRIER TERHADAP LOYALITAS PELANGGAN*(Survei Pada Pelanggan TV Berbayar Indovision di Kecamatan Sukasari Kota Bandung)Universitas Pendidikan Indonesia |repository.upi.edu |perpustakaan.upi.edu