

## DAFTAR ISI

<b>ABSTRAK</b> .....	<b>i</b>
<b>ABSTRACT</b> .....	<b>ii</b>
<b>KATA PENGANTAR</b> .....	<b>iii</b>
<b>UCAPAN TERIMA KASIH</b> .....	<b>iv</b>
<b>DAFTAR ISI</b> .....	<b>ix</b>
<b>DAFTAR TABEL</b> .....	<b>xii</b>
<b>DAFTAR GAMBAR</b> .....	<b>xiv</b>
<b>DAFTAR LAMPIRAN</b> .....	<b>xv</b>

### BAB I PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang Penelitian .....	1
1.2 Identifikasi Masalah .....	14
1.3 Rumusan Masalah .....	15
1.4 Tujuan Penelitian.....	15
1.5 Kegunaan Penelitian.....	16

### BAB II KAJIAN PUSTAKA, KERANGKA PEMIKIRAN DAN HIPOTESIS

2.1 Kajian Pustaka .....	18
2.1.1 Konsep <i>Switching Barrier</i> dalam <i>Relationship Marketing</i> .....	18
2.1.1.1 Konsep <i>Switching Barrier</i> .....	18
2.1.1.2 Definisi <i>Switching Barrier</i> .....	23
2.1.1.3 Dimensi <i>Switching Barrier</i> .....	25
2.1.2 Konsep Loyalitas Pelanggan .....	34
2.1.2.1 Definisi Loyalitas Pelanggan .....	34
2.1.2.2 Perspektif Loyalitas .....	37
2.1.2.3 Tahapan Loyalitas .....	39
2.1.2.4 Dimensi Loyalitas Pelanggan.....	45
2.1.2.5 Jenis-jenis Loyalitas .....	46
2.1.4 Pengaruh <i>Switching Barrier</i> terhadap Loyalitas Pelanggan.....	48
2.1.5 Orisinalitas Penelitian .....	51
2.2 Kerangka Pemikiran .....	53
2.3 Hipotesis.....	61

### BAB III OBJEK DAN METODE PENELITIAN

3.1 Objek Penelitian .....	63
3.2 Metode Penelitian.....	64
3.2.1 Jenis Penelitian yang Digunakan.....	64
3.2.2 Metode Penelitian yang Digunakan .....	65
3.2.2 Operasionalisasi Variabel Penelitian.....	66

3.2.3 Jenis dan Sumber Data .....	72
3.2.4 Populasi, Sampel dan Teknik Sampling.....	74
3.2.4.1 Populasi .....	74
3.2.4.2 Sampel.....	75
3.2.4.3 Teknik Penarikan Sampling .....	78
3.2.5 Teknik Pengumpulan Data .....	79
3.2.6 Hasil Pengujian Validitas dan Reliabilitas .....	81
3.2.6.1 Hasil Pengujian Validitas.....	82
3.2.6.2 Hasil Pengujian Reliabilitas .....	88
3.2.7 Teknik Analisis Data dan Pengujian Hipotesis .....	90
3.2.7.1 Analisa Deskriptif .....	91
3.2.7.2 Analisis Verifikasi Menggunakan <i>Path</i> Analisis .....	92
3.2.8 Pengujian Hipotesis .....	98

## **BAB IV HASIL PENELITIAN DAN BAHASAN**

4.1 Profil Perusahaan dan Nasabah Asuransi Pendidikan AJB Bumiputera .....	101
4.1.1 Identitas AJB Bumiputera .....	101
4.1.1.1 Profil Perusahaan .....	101
4.1.1.2 Visi dan Misi AJB Bumiputera.....	103
4.1.1.3 Produk dan Layanan AJB BUMiputera.....	104
4.1.1.4 Strategi <i>Switching Barrier</i> Asuransi Pendidikan AJB Bumiputera.....	106
4.1.2 Profil Nasabah Asuransi Pendidikan AJB Bumiputera.....	108
4.1.2.1 Profil Berdasarkan Pilihan Jenis Premi yang Digunakan .....	109
4.1.2.2 Profil Jenis Kelamin dan Usia Berdasarkan Jenis Pemilihan Premi.....	112
4.1.2.3 Pendidikan Terakhir yang Ditempuh dan Pekerjaan Dikaitkan dengan Jenis Pemilihan Premi .....	113
4.1.2.4 Pekerjaan dan Penghasilan Dikaitkan dengan Jenis Pemilihan Premi.....	115
4.1.2.5 Status dan Pengeluaran Dikaitkan dengan Jenis Pemilihan Premi.....	117
4.1.2.6 Pengalaman Lama Menjadi Nasabah Asuransi Pendidikan AJB Bumiputera.....	119
4.1.2.6 Alasan Menggunakan Asuransi Pendidikan AJB Bumiputera.....	121
4.2 Tanggapan Kinerja <i>Switching Barrier</i> dan Dimensinya pada Nasabah Asuransi Pendidikan AJB Bumiputera Cabang Kota Serang .....	123

4.2.1	Tanggapan Kinerja <i>Switching Barrier</i> pada Nasabah Asuransi Pendidikan AJB Bumiputera Cabang Kota Serang .....	123
4.2.1.1	Dimensi <i>Organizational Credibility</i> .....	125
4.2.1.2	Dimensi <i>Value Congruency</i> .....	128
4.2.1.3	Dimensi <i>Lack of Attractiveness of Other Alternatives</i> ..	131
4.2.1.4	Dimensi <i>Switching Cost</i> .....	134
4.2.1.5	Dimensi <i>Relational Value</i> .....	136
4.2.1.6	Rekapitulasi Dimensi <i>Switching Barrier</i> .....	139
4.3	Tanggapan Loyalitas Nasabah Asuransi Pendidikan AJB Bumiputera Cabang Kota Serang.....	142
4.3.1	Tanggapan Loyalitas Nasabah pada Nasabah Asuransi Pendidikan AJB Bumiputera Cabang Kota Serang .....	142
4.3.1.1	Dimensi <i>Repeat Purchase</i> .....	143
4.3.1.2	Dimensi <i>Refers to Others</i> .....	145
4.3.1.3	Dimensi <i>Immunity</i> .....	148
4.3.1.4	Dimensi <i>Purchase Across Product Line and Service</i> ..	150
4.3.1.5	Rekapitulasi Indikator Loyalitas Nasabah .....	151
4.4	Pengaruh <i>Switching Barrier</i> terhadap Loyalitas Nasabah Asuransi Pendidikan AJB Bumiputera Secara Simultan dan Parsial .....	153
4.4.1	Pengaruh <i>Switching Barrier</i> terhadap Loyalitas Nasabah Asuransi Pendidikan AJB Bumiputera Secara Simultan .....	153
4.4.2	Pengaruh <i>Switching Barrier</i> terhadap Loyalitas Nasabah Asuransi Pendidikan AJB Bumiputera Secara Parsial.....	155
4.5	Pembahasan .....	163
4.5.1	Pembahasan <i>Switching Barrier</i> .....	163
4.5.2	Pembahasan Loyalitas Nasabah .....	164
4.5.3	Pembahasan Pengaruh <i>Switching Barrier</i> terhadap Loyalitas Nasabah .....	165
4.6	Implikasi Hasil Penelitian .....	166
4.6.1	Temuan Penelitian Bersifat Teoritis.....	166
4.6.2	Temuan Penelitian Bersifat Empiris .....	168
4.7	Implikasi Hasil Penelitian <i>Switching Barrier</i> terhadap Loyalitas Nasabah .....	170

## **BAB V KESIMPULAN DAN REKOMENDASI**

5.1	Kesimpulan.....	177
5.2	Rekomendasi .....	178

## **DAFTAR PUSTAKA ..... 181**

### **LAMPIRAN**

