

Daftar Isi

LEMBAR PENGESAHAN	i
LEMBAR PERNYATAAN ORISINALITAS.....	ii
Abstrak.....	iii
<i>Abstract</i>	iv
Kata Pengantar	v
Daftar Isi	vii
Daftar Tabel.....	xi
Daftar Gambar	xiii
Bab I Pendahuluan.....	1
I.1 Latar Belakang	1
I.2 Rumusan Masalah	7
I.3 Tujuan Penelitian.....	8
I.4 Manfaat Penelitian.....	8
I.5 Batasan Masalah.....	8
I.6 Sistematika Penulisan	9
Bab II Landasan Teori	10
II.1 Manajemen <i>Churn</i>	10
II.2 <i>Customer Retention</i>	10
II.3 <i>Customer Switching Intention</i>	14
II.4 Faktor-faktor yang Mempengaruhi <i>Customer Switching Intention</i>	15
II.4.1 <i>Price</i> (Harga).....	15
II.4.2 <i>Customer Satisfaction</i> (Kepuasan Pelanggan)	16
II.4.3 <i>Alternative Attractiveness</i> (Daya Tarik Alternatif/Pesaing)	17

II.4.4	<i>Switching Cost</i> (Biaya Berpindah)	17
II.4.5	<i>Service Quality</i> (Kualitas Layanan).....	19
II.5	Hasil Penelitian Terdahulu.....	20
Bab III	Metodologi Penelitian.....	23
III.1	Model Konseptual.....	23
III.2	Sistematika Pemecahan Masalah	25
III.2.1	Tahap Identifikasi.....	26
III.2.2	Tahap Pengumpulan dan Pengolahan Data.....	27
III.2.3	Tahap Analisis dan Perumusan Usulan	36
III.2.4	Tahap Kesimpulan dan Saran.....	37
Bab IV	Pengumpulan dan Pengolahan Data	38
IV.1	Pengumpulan Data	38
IV.1.1	Data Primer	38
IV.2	Pengolahan Data	38
IV.2.1	Pengkodean Kuesioner	38
IV.2.2	Uji Validitas dan Reliabilitas	38
IV.3	Statistika Deskriptif.....	41
IV.3.1	Rekap Data Informasi Umum	41
IV.3.2	Rekap Data Variabel.....	49
IV.4	Rekap Hasil Uji Korelasi Parsial	52
IV.5	Model Perpindahan Pelanggan	57
Bab V	Analisis dan Usulan.....	58
V.1	Analisis Profil Umum Responden.....	58
V.1.1	Analisis Rekap Jenis Kelamin Pelanggan.....	58
V.1.2	Analisis Rekap Usia Pelanggan.....	59
V.1.3	Analisis Rekap Pendidikan Pelanggan	59

V.1.4	Analisis Rekap Profesi Pelanggan.....	60
V.1.5	Analisis Rekap Pendapatan Pelanggan.....	60
V.1.6	Analisis Rekap Lama Pemakaian Layanan.....	61
V.1.7	Analisis Rekap Pelanggan Pindah Secara Umum	61
V.2	Analisis Hubungan Variabel dengan <i>Customer Switching Intention</i>	63
V.2.1	Analisis Hubungan <i>Price</i> dengan <i>Customer Switching Intention</i> ...	63
V.2.2	Analisis Hubungan <i>Customer Satisfaction</i> dengan <i>Customer Switching Intention</i>	65
V.2.3	Analisis Hubungan <i>Alternative Attractiveness</i> dengan <i>Customer Switching Intention</i>	66
V.2.4	Analisis Hubungan <i>Switching Cost</i> dengan <i>Customer Switching Intention</i>	67
V.2.5	Analisis Hubungan <i>Service Quality</i> dengan <i>Customer Switching Intention</i>	70
V.3	Model Perpindahan.....	74
V.3.1	Model Usulan.....	75
V.4	Perumusan Program Retensi	77
V.4.1	Karakteristik Pelanggan TelkomVision Padang	77
V.4.2	Usulan Program Retensi	79
V.4.3	Program Retensi TelkomVision Padang.....	91
Bab VI	Kesimpulan dan Saran	95
VI.1	Kesimpulan.....	95
VI.2	Saran.....	96
DAFTAR PUSTAKA	97
LAMPIRAN A	101
LAMPIRAN B	107
LAMPIRAN C	111

LAMPIRAN D	127
LAMPIRAN E.....	133
LAMPIRAN F	136
LAMPIRAN G	140
LAMPIRAN H.....	142