

DAFTAR ISI

HALAMAN JUDUL LUAR.....	i
HALAMAN JUDUL DALAM.....	ii
LEMBAR PENGESAHAN.....	iii
HALAMAN PERSEMBAHAN.....	iv
LEMBAR PERNYATAAN ORISINILITAS.....	v
ABSTRAKSI.....	vi
ABSTRACT	viii
KATA PENGANTAR.....	x
DAFTAR GAMBAR.....	xvi
DAFTAR TABEL	xvii
DAFTAR SINGKATAN.....	xviii
DAFTAR ISTILAH	xix
BAB I PENDAHULUAN.....	1
I.1 Latar Belakang.....	1
I.2 Perumusan Masalah	5
I.3 Tujuan Penelitian	6
I.4 Batasan Masalah	6
I.5 Manfaat Penelitian	6
BAB II KAJIAN PUSTAKA.....	7
II.1 <i>Customer Retention</i>	7
II.2 <i>Customer Switching</i>	7
II.3 <i>Customer Switching Intention</i>	8
II.4 Penelitian Sebelumnya Mengenai <i>Customer Switching Intention</i>	8
II.5 Faktor-faktor yang Mempengaruhi <i>Customer Switching Intention</i>	9
II.5.1 Harga (<i>Price</i>).....	9
II.5.2 Kepuasan Pelanggan (<i>Customer Satisfaction</i>)	10
II.5.3 Daya Tarik Pesaing (<i>Alternative Attractivness</i>)	10
II.5.4 Biaya Berpindah (<i>Switching Cost</i>)	11

II.5.5 Kualitas Layanan (<i>Service Quality</i>)	11
II.6 <i>Benchmarking</i>	12
II.6.1 Tipe <i>Benchmarking</i>	12
BAB III METODE PENELITIAN	13
III.1 Model Konseptual	13
III.2 Perumusan Hipotesis dalam <i>Customer Switching Intention</i>	14
III.2.1 Hubungan antara <i>Price</i> dengan <i>Customer Switching Intention</i> ...	14
III.2.2 Hubungan antara <i>Customer Satisfaction</i> dengan <i>Customer Switching Intention</i>	14
III.2.3 Hubungan antara <i>Alternative Attractiveness</i> dengan <i>Customer Switching Intention</i>	15
III.2.4 Hubungan antara <i>Switching Cost</i> dengan <i>Customer Switching Intention</i>	15
III.2.5 Hubungan antara <i>Service Quality</i> dengan <i>Customer Switching Intention</i>	16
III.3 Langkah-langkah Pemecahan Masalah	17
III.3.1 Rumusan Masalah	18
III.3.2 Tujuan Penelitian	18
III.3.3 Studi Pustaka dan Studi Lapangan.....	18
III.3.4 Identifikasi Variabel Penelitian.....	18
III.3.5 Desain Kuesioner dan Penentuan Sampel Penelitian.....	19
III.3.6 Uji Validitas	20
III.3.7 <i>Pretest</i>	21
III.3.8 Uji Reliabilitas	21
III.3.9 Penyebaran Kuesioner.....	21
III.3.10 Pengolahan Data	21
III.3.11 Analisa Regresi	21
III.3.12 <i>Depth Interview</i>	22
III.3.13 <i>Benchmarking</i>	22
III.3.14 Interpretasi Hasil Pengolahan	22
III.3.15 Analisis.....	22
III.3.16 Perumusan Program Retensi Pelanggan	22

III.3.17 Kesimpulan dan Saran	23
BAB IV PENGUMPULAN DAN PENGOLAHAN DATA.....	24
IV.1 <i>Pretest</i>	24
IV.2 Uji Validitas	25
IV.3 Uji Reliabilitas	26
IV.4 Pengumpulan Data	26
IV.5 Pengolahan Data	27
IV.5.1 <i>Screening</i>	27
IV.5.2 Pengkodean	27
IV.5.3 Input Data	27
IV.5.4 Frekuensi.....	27
IV.5.5 Uji Normalitas Data	30
IV.5.6 Uji <i>Goodness of Fit</i>	32
IV.5.7 Uji F	33
IV.5.8 Uji t	34
IV.5.9 Uji Asumsi Regresi : Uji Multikolinearitas	35
IV.5.10 Uji Asumsi Regresi : Uji Heteroskedastisitas.....	36
IV.5.11 Uji Asumsi Regresi : Uji Autokorelasi	37
BAB V ANALISIS DATA	39
V.1 Analisis Profil Umum Responden.....	39
V.2 Analisis Hubungan Antarvariabel	39
V.2.1 Analisis Hubungan antara Variabel Independen terhadap Variabel Dependen secara Parsial.....	40
V.2.2 Analisis Hubungan antara Variabel Independen terhadap Variabel Dependen secara Simultan	44
V.3 Rekomendasi Program	46
V.3.1 Dasar Penyusunan Rekomendasi Program Retensi	46
V.3.2 <i>Depth Interview</i>	47
V.3.3 Rekomendasi Program Retensi untuk Masing-Masing Variabel	49
BAB VI KESIMPULAN DAN SARAN	52

VI.1	Kesimpulan	52
VI.2	Saran.....	54
DAFTAR PUSTAKA.....		56