

DAFTAR ISI

HALAMAN PENGESAHAN.....	i
HALAMAN PERNYATAAN.....	ii
DAFTAR ISI.....	vi
DAFTAR TABEL	ix
DAFTAR GAMBAR.....	xi
BAB I PENDAHULUAN.....	1
1.1 Gambaran Umum Objek Penelitian.....	1
1.1.1 Profil Telkomsel.....	1
1.1.2 Visi dan Misi Telkomsel	2
1.1.3 Layanan Jasa Telkomsel.....	3
1.2 Latar Belakang Penelitian.....	4
1.3 Perumusan Masalah.....	11
1.4 Manfaat Penelitian.....	13
1.4.1 Aspek Teoritis.....	13
1.4.2 Aspek Praktis	13
1.5 Ruang Lingkup Penelitian	13
1.6 Sistematika Penulisan Tugas Akhir.....	14
BAB II TINJAUAN PUSTAKA.....	15
2.1 Tinjauan Pustaka Penelitian.....	15
2.1.1 Pemasaran	15
2.1.2 Perilaku Konsumen	15
2.1.3 <i>Mobile Serqual</i>	16
2.1.4 <i>Switching Cost</i>	18
2.1.5 <i>Customer Satisfaction</i>	20

2.1.6	<i>Customer Loyalty</i>	21
2.1.7	<i>Churn Rate</i>	21
2.2	Penelitian Sebelumnya	23
2.3	Hubungan Antar Variabel.....	30
2.5	Hipotesis Penelitian Kuantitatif.....	34
BAB III METODE PENELITIAN		35
3.1	Jenis Penelitian	35
3.2	Operasionalisasi Variabel	36
3.2.1	Variabel Penelitian	36
3.2.2	Variabel Operasional.....	37
3.2.3	Skala Pengukuran.....	44
3.3	Tahapan Penelitian	44
3.4	Populasi dan Sampel.....	46
3.5	Pengumpulan Data.....	47
3.6	Uji Validitas dan Reliabilitas.....	47
3.6.1	Uji Validitas	47
3.6.2	Uji Reliabilitas	50
3.7	Teknik Analisis Data	51
3.7.1	Analisis Deskriptif.....	51
3.7.2	Pengujian Statistik.....	53
3.7.3	Pengujian Hipotesis (Uji Statistik t).....	59
BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN.....		60
4.1	Karakteristik Responden	60
4.1.1.	Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis Kelamin	60
4.1.2.	Karakteristik Responden Berdasarkan Tingkat Usia	61
4.1.3.	Karakteristik Responden Berdasarkan Dana Layanan.....	61
4.1.4.	Karakteristik Responden Berdasarkan Kecamatan Tempat Tinggal.....	62

4.1.5. Karakteristik Responden Berdasarkan Pekerjaan	63
4.1.7. Karakteristik Responden Berdasarkan Pendapatan Perbulan	63
4.1.8. Karakteristik Responden Berdasarkan Kartu Telkomsel	63
4.2 Hasil Penelitian	64
4.2.1 Analisis Deskriptif Variabel.....	64
4.2.2 Analisis <i>Structural Equation Modelling-Partial Least Square (SEM-PLS)</i>	71
4.2.2.1 Evaluasi Model Pengukuran (Outer Model)	72
4.2.2.2 Evaluasi Model Struktural (Inner Model)	76
4.2.3 Pengujian Hipotesis	77
4.3 Pembahasan Hasil Penelitian	79
4.3.1 Pengaruh <i>Mobile Serqual</i> terhadap Loyalitas Pelanggan.....	79
4.3.2 Pengaruh Mobile Serqual terhadap Kepuasan Pelanggan.....	80
4.3.3 Pengaruh Kepuasan terhadap Loyalitas Pelanggan.....	80
4.3.4 Pengaruh <i>Switching Cost Financial</i> terhadap Loyalitas Pelanggan.....	80
4.3.5 Pengaruh <i>Switching Cost Financial</i> terhadap Kepuasan Pelanggan.....	81
4.3.6 Pengaruh <i>Switching Cost Procedural</i> terhadap Loyalitas Pelanggan	81
4.3.7 Pengaruh <i>Switching Cost Procedural</i> terhadap Kepuasan Pelanggan	81
4.3.8 Pengaruh <i>Switching Cost Relational</i> terhadap Loyalitas Pelanggan.....	81
4.3.9 Pengaruh <i>Switching Cost Relational</i> terhadap Kepuasan Pelanggan.....	82
BAB V KESIMPULAN DAN SARAN	83
5.1 Kesimpulan	83
5.2 Saran	83
DAFTAR ISI.....	85