



DAFTAR ISI

LEMBAR JUDUL	i
LEMBAR PENGESAHAN	ii
LEMBAR PERNYATAAN	iii
KATA PENGANTAR	iv
DAFTAR ISI	vi
DAFTAR TABEL	viii
DAFTAR GAMBAR	ix
DAFTAR LAMPIRAN	x
ABSTRAK	xi
ABSTRACT	xii
BAB I PENDAHULUAN	1
1.1 Latar Belakang	1
1.2 Rumusan Masalah	10
1.3 Pertanyaan Penelitian	12
1.4 Tujuan Penelitian	12
1.5 Manfaat Penelitian	13
1.5.1 Manfaat Akademisi	13
1.5.2 Manfaat Praktisi	13
1.6 Lingkup Penelitian	13
1.7 Sistematika Penelitian	14
BAB II LANDASAN TEORI	15
2.1 Landasan Teori	15
2.1.1 Perilaku Berpindah	15
2.1.2 Harga	16
2.1.3 Ketidaknyamanan	18
2.1.4 Persaingan iklan	18
2.1.5 Kegagalan pada layanan inti	19
2.1.6 Ketidaksengajaan Berpindah	20



2.1.7 Reputasi	21
2.2 Kajian Penelitian Terdahulu	22
2.3 Kerangka Penelitian	26
BAB III METODE PENELITIAN.....	28
3.1 Desain Penelitian	28
3.2 Metode Pengumpulan Data.....	28
3.2.1 Waktu Penelitian.....	30
3.3 Instrumen Penelitian	30
3.4 Narasumber.....	33
3.5 Metode Analisis Data.....	35
3.5.1 Tahapan Analisis Data	35
BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN	36
4.1 Deskripsi Data	36
4.1.1 Wawancara Mendalam	36
4.2 Pembahasan	40
4.2.1 <i>Customer Switching Behavior</i>	42
4.2.2 Harga	45
4.2.3 Ketidaknyamanan	48
4.2.4 Persaingan iklan	55
4.2.5 Kegagalan pada layanan inti.....	66
4.2.6 Ketidaksengajaan berpindah.....	71
4.2.7 Reputasi.....	76
BAB V SIMPULAN.....	83
5.1 Simpulan.....	83
5.2 Implikasi	85
5.3 Keterbatasan	88
5.4 Saran	89
DAFTAR PUSTAKA	91
LAMPIRAN	95