

DAFTAR ISI

ABSTRAK	iii
ABSTRACT	iv
KATA PENGANTAR	v
DAFTAR ISI	viii
DAFTAR TABEL	xiii
DAFTAR GAMBAR	xvi
DAFTAR LAMPIRAN	xviii
BAB I PENDAHULUAN	
1.1 Latar Belakang Masalah	1
1.2 Rumusan Masalah	6
1.3 Maksud dan Tujuan Penelitian	6
1.3.1 Maksud Penelitian	6
1.3.2 Tujuan Penelitian	7
1.4 Manfaat Penelitian	7
1.4.1 Praktisi / Perusahaan	7
1.4.2 Keilmuan	7
1.5 Lokasi dan Waktu Penelitian	8
BAB II TINJAUAN PUSTAKA, KERANGKA PENELITIAN, DAN HIPOTESIS PENELITIAN	
2.1 Tinjauan Pustaka	9
2.1.1 Pengertian Pemasaran	9
2.1.2 Perilaku Konsumen	10

2.1.2.1	Faktor – Faktor Yang Mempengaruhi Perilaku	
	Konsumen	12
2.1.2.1.1	Faktor Budaya	13
2.1.2.1.2	Faktor Sosial.....	14
2.1.2.1.3	Faktor Pribadi.....	16
2.1.2.1.4	Faktor Psikologis.....	18
2.1.3	Proses Keputusan Pembelian	24
2.1.3.1	Pengenalan Masalah	25
2.1.3.2	Pencarian Informasi	25
2.1.3.3	Evaluasi Alternatif	26
2.1.3.4	Keputusan Pembelian	26
2.1.3.5	Perilaku Pasca Pembelian	28
2.1.4	Ketidakpuasan Konsumen	29
2.1.5	Kebutuhan Mencari Variasi (<i>Variety Seeking</i>)	31
2.1.6	Perpindahan Merek	35
2.1.7	Penelitian Terdahulu	39
2.2	Kerangka Pemikiran	40
2.3	Hipotesis Penelitian	45

BAB III OBJEK DAN METODE PENELITIAN

3.1	Objek Penelitian	46
3.1.1	Profil Perusahaan	46
3.1.2	Visi Dan Misi Perusahaan	49
3.1.3	Budaya PT. Telkomsel	51
3.1.4	Logo Identitas Perusahaan Dan Slogan PT. Telkomsel	52

3.1.5	Struktur Organisasi PT. Telkomsel Area JABOTABEK JABAR	55
3.1.6	Produk Dan Jasa Telkomsel.....	56
3.2	Metode Penelitian	59
3.2.1	Metode Yang Digunakan	59
3.2.2	Operasionalisasi Variabel	59
3.2.3	Populasi dan Teknis Penentuan Sampel	62
3.2.3.1	Populasi	62
3.2.3.2	Ukuran Sampel	63
3.2.3.3	Teknik Penarikan Sampel	64
3.2.4	Teknik Pengumpulan Data	64
3.2.4.1	Jenis Data	65
3.2.5	Analisis Data	66
3.2.5.1	Uji Validitas dan Reliabilitas Instrumen	66
3.2.5.2	Analisis Jalur (<i>Path Analysis</i>)	69
3.2.5.3	Uji Normalitas Data	72
3.2.5.4	Hipotesis Penelitian	73

BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

4.1	Hasil Penelitian	75
4.1.1	Hasil Uji Validitas	75
4.1.2	Hasil Uji Reliabilitas	77
4.2	Pembahasan Ketidakpuasan Konsumen Dan Kebutuhan Mencari Variasi serta Perilaku Perpindahan Merek	78
4.2.1	Karakteristik Responden	78

4.2.2	Tanggapan Responden Terhadap Ketidakpuasan Konsumen GSM Prabayar Simpati	81
4.2.3	Tanggapan Responden Terhadap Kebutuhan Mencari Variasi GSM Prabayar Simpati	84
4.2.4	Tanggapan Responden Terhadap Perilaku Perpindahan Merek GSM Prabayar Simpati	86
4.3	Analisis Data dan Pengujian Hipotesis	89
4.3.1	Pengujian Hipotesis	89
4.3.2	Ketidakpuasan Konsumen (X1) dan Kebutuhan Mencari Variasi (X2) secara Simultan terhadap Perilaku Perpindahan Merek (Y)	90
4.3.3	Pengaruh Ketidakpuasan Konsumen (X1) terhadap Perilaku Perpindahan Merek (Y)	94
4.3.4	Pengaruh Kebutuhan Mencari Variasi (X2) terhadap Perilaku Perpindahan Merek (Y)	95
4.3.4.1	Pengaruh Langsung dan Tidak Langsung Ketidakpuasan Konsumen (X1) dan Kebutuhan Mencari Variasi (X2) terhadap Perilaku Perpindahan Merek (Y)	96
4.3.5	Uji Normalitas	99

BAB V KESIMPULAN DAN SARAN

5.1	Kesimpulan	100
5.2	Saran	101

LAMPIRAN

