DAFTAR ISI

HALAMAN JUDUL..... **i**
HALAMAN PENGESAHAN..... **ii**
HALAMAN PERNYATAAN..... **iii**
KATA PENGANTAR..... **iv**
DAFTAR ISI..... **v**
DAFTAR TABEL..... **vii**
DAFTAR GAMBAR..... **viii**
DAFTAR LAMPIRAN..... **ix**
INTISARI..... **x**
ABSTRACT..... **xi**

BAB 1 PENDAHULUAN
A. LATAR BELAKANG PENELITIAN..... 1
B. RUMUSAN MASALAH..... 10
C. TUJUAN PENELITIAN..... 11
D. MANFAAT PENELITIAN..... 11
E. KEASLIAN PENELITIAN..... 12

BAB II KAJIAN PUSTAKA
A. *BRAND SWITCHING BEHAVIOR*..... 17
1. Pengertian *Brand Switching Behaviour*..... 17
2. *Brand Switching Behavior* dalam Perilaku Konsumen..... 18
3. Faktor-faktor yang Mempengaruhi *Brand Switching Behaviour*..... 24
4. Dimensi *Brand switching Behavior*..... 27
B KETIDAKPUASAN KONSUMEN..... 27
1. Pengertian Ketidakpuasan Konsumen 27
2. Respon Ketidakpuasan Konsumen..... 31
3. Dimensi Ketidakpuasan Konsumen..... 32
C. HUBUNGAN KETIDAKPUASAN KONSUMEN PADA *BRAND SWITCHING BEHAVIOR*..... 32
D. KERANGKA TEORITIS/LANDASAN TEORITIS..... 33
E. HIPOTESIS..... 35

BAB III METODE PENELITIAN
A. VARIABEL DAN DEFINISI OPERASIONAL..... 37
1. Variabel..... 37
2. Definisi Oprasional..... 37
B. POPULASI, SAMPEL DAN TEKNIK SAMPLING..... 38
1. Populasi..... 38
2. Sampel..... 39
3. Teknik Sempling..... 39
C. TEKNIK PENGUMPULAN DATA..... 39
1. Skala Ketidakpuasan Konsumen..... 42

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

2. Skala *Brand Switching Behaviour*..... 42
D. VALIDITAS DAN RELIABILITAS..... 42
1. Uji Validitas..... 43
2. Uji Realibilitas..... 44
E. ANALISIS DATA..... 44
1. Uji Normalitas..... 45
2. Uji Hipotesis..... 45

BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN
A. HASIL PENELITIAN..... 46
1. Diskirtif Subjek..... 46
1. Gambaran Responden Berdasarkan Usia 46
2. Gambaran Responden Berdasarkan Jenis Kelamin..... 47
3. Gambaran Responden Berdasarkan Fakultas..... 48
4. Gambaran Responden Berdasarkan Merek Smartpone yang Digunakan saat ini..... 49
5. Gambaran Responden Berdasarkan Tahun Mengganti Blackberry..... 50
6. Gambaran Responden Berdasarkan Jangka Waktu Penggunaan Blackberry 51
3.Pengujian Hipotesis..... 52
1. Diskripsi Data..... 52
1. *Brand Switching Behaviour*..... 53
2. Ketidakpuasan Konsumen..... 54
2.Uji Realibilitas..... 55
1. *Brand Switching Behaviour*..... 55
2. Ketidakpuasan Konsumen..... 56
3. Uji Normalitas..... 56
4. Uji Kolerasi..... 57
5. Temuan Tambahan..... 59
B.PEMBAHASAN..... 60

BAB V KESIMPULAN DAN SARAN
A. KESIMPULAN..... 65
B. SARAN..... 65

DAFTAR PUSTAKA..... 67

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

Daftar tabel

Tabel 1. Jumlah Penjualan Smartpone Dari Tahun 2009-2013..... 3
Tabel 2. Contoh Pola Pembelian dan Urutan Pembelian Merek..... 18
Tabel 3. Penilaian Pernyataan *Favorable* dan Pernyataan *Unfavorable*..... 36
Tabel 4. Blue Print Skala Ketidakpuasan Konsumen..... 37
Tabel 5. Blue Print Skala *Brand Switching Behaviour*..... 38
Tabel 6. Usia..... 49
Tabel 7. Jenis Kelamin..... 50
Tabel 8. Fakultas..... 51
Tabel 9. Merek Smartpone yang Saat ini Digunakan..... 52
Tabel 10. Tahun Ganti Merek..... 54
Tabel 11. Jangka Waktu Penggunaan Blackberry..... 55
Tabel 12. Statistik Diskriftif *Brand Switching*..... 56
Tabel 13. Kategori *Brand Sswitching*..... 57
Tabel 14. Statistik Diskriftif Ketidakpuasan Konsumen..... 58
Tabel 15. Kategori Ketidakpusaan Konsumen..... 59
Tabel 16. Uji Realibilitas *Brand Switching Behaviour*..... 59
Tabel 17. Uji Realibilitas Ketidakpuasan Konsumen..... 59
Tabel 18. Uji Realibilitas Ketidakpuasan Konsumen..... 60
Tabel 19. Uji Kolerasi..... 61
Tabel 20. Analisis *Brand Switching* ditinjau dari jenis kelamin..... 62
Tabel 21. Analisis *Brand Switching* ditinjau dari jangka waktu penggunaan Blackberry..... 63

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

Daftar Gambar

Gambar 1. Grafik Penuruna Oprasi Blackberry..... 5
Gambar 2. Tahapan Prilaku Konsumen..... 16
Gambar 3. Struktur *Brand Loyality* dan *Brand Switching*..... 17
Gambar 4. Model Diskonfirmasi Harapan dari Kepuasan dan Ketidakpuasan.. 26
Gambar 5. Respon Ketidakpuasan..... 28
Gambar 6. Kerangka Pemikiran..... 33
Gambar 7. *Pie Chart* Usia 49
Gambar 8. *Pie Chart* Jenis Kelamin..... 50
Gambar 9. *Pie Chart* Fakultas..... 51
Gambar 10. *Pie Chart* Merek Smartpone..... 52
Gambar 11. *Pie Chart* Tahun Ganti..... 53
Gambar 12. *Pie Chart* Jangka Waktu Penggunaan Blackberry..... 54

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id