

DAFTAR ISI

	Halaman
HALAMAN JUDUL .....	i
MOTTO.....	ii
LEMBAR PERSEMBAHAN.....	iii
TANDA PERSETUJUAN.....	iv
TANDA PENGESAHAN .....	v
PERNYATAAN ORISINALITAS SKRIPSI .....	vi
RINGKASAN .....	vii
SUMMARY .....	viii
KATA PENGANTAR.....	ix
DAFTAR ISI.....	xi
DAFTAR TABEL.....	xiv
DAFTAR GAMBAR.....	xv
DAFTAR LAMPIRAN.....	xvi

**BAB I PENDAHULUAN**

A. Latar Belakang.....	1
B. Rumusan Masalah.....	6
C. Tujuan Penelitian.....	6
D. Kontribusi Penelitian.....	7
E. Sistematika Pembahasan.....	7

**BAB II KAJIAN PUSTAKA**

A. Kajian Empiris.....	9
1. Chatura Ranaweera and Jaidep (2003).....	9
2. Muhammad Alshurideh <i>et al.</i> (2012).....	10
3. Moo-Koo Kim <i>et al.</i> (2004).....	10
B. Pemetaan Penelitian Terdahulu.....	11
C. Kajian Teoritis.....	13
1. Perilaku Konsumen.....	13
a) Definisi Perilaku Konsumen.....	13
b) Proses Keputusan Pembelian.....	13
2. <i>Customer Satisfaction</i> (Kepuasan Pelanggan).....	14
a) Pengertian <i>Customer Satisfaction</i> .....	14
b) Indikator <i>Customer Satisfaction</i> .....	17
c) Manfaat <i>Customer Satusfaction</i> .....	17
d) Metode Mengukur Kepuasan Pelanggan.....	18
3. <i>Switching Barrier</i> (Hambatan Beralih).....	19
a) Pengertian <i>Switching Barrier</i> .....	19
b) Indikator <i>Switching Barrier</i> .....	20
c) Bentuk <i>Switching Barrier</i> .....	21

d) Negatif dan Positif dari <i>Switching Barrier</i> .....	23
4. <i>Customer Retention</i> .....	24
a) Pengertian <i>Customer Retention</i> .....	24
b) <i>Customer Retention</i> dan <i>Customer Loyalty</i> .....	25
c) Proses Perencanaan <i>Customer Retention</i> .....	27
d) Model <i>Customer Retention</i> .....	27
e) Manfaat <i>Customer Retention</i> .....	28
5. <i>Fast food</i> .....	29
a) Definisi <i>Fast food</i> .....	29
b) Perkembangan <i>Fast food</i> di Indonesia.....	30
6. McDonald's.....	30
a) Pertumbuhan McDonald's di Indonesia.....	31
D. Hubungan Variabel <i>Customer Satisfaction</i> terhadap <i>Switching Barrier</i> dan <i>Customer Retention</i> .....	31
E. Model Konseptual dan Perumusan Hipotesis.....	32
1. Model Konseptual.....	32
2. Perumusan Hipotesis.....	32
 <b>BAB III METODE PENELITIAN</b>	
A. Jenis Penelitian.....	33
B. Lokasi Penelitian.....	33
C. Variabel, Definisi Operasional dan Skala Pengukuran.....	33
1. Variabel .....	33
2. Definisi Operasional.....	34
3. Skala Pengukuran.....	36
D. Populasi dan Sampel.....	37
1. Populasi.....	37
2. Sampel.....	37
3. Teknik Pengambilan Sampel.....	38
E. Teknik Pengumpulan Data.....	39
1. Sumber Data.....	39
2. Metode Pengumpulan Data.....	39
3. Instrumen Penelitian.....	40
4. Validitas dan Reliabilitas.....	40
a) Uji Validitas.....	40
1) Hasil Uji Validitas <i>Customer Satisfaction</i> (X).....	41
2) Hasil Uji Validitas <i>Switching Barrier</i> (Y <sub>1</sub> ).....	42
3) Hasil Uji Validitas <i>Customer Retention</i> (Y <sub>2</sub> ).....	42
b) Uji Reliabilitas.....	43
1) Hasil Uji Reliabilitas.....	43
F. Analisis Data.....	44
1. Analisis Deskriptif.....	44
2. Analisis Jalur ( <i>Path Analysis</i> ).....	44



**BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN**

A. Gambaran Umum Lokasi Penelitian dan Objek Penelitian.....	47
1. Lokasi Penelitian.....	47
2. Sejarah.....	47
3. Visi dan Misi.....	48
4. Program Studi.....	49
B. Gambaran Umum Responden.....	50
1. Distribusi Responden Berdasarkan Jenis Kelamin.....	51
2. Distribusi Responden Berdasarkan Usia.....	52
3. Pendapatan Uang saku Per Bulan.....	53
4. Pengeluaran Uang Saku Per Bulan.....	54
5. Tingkat Berkunjung ke Gerai McDonald’s Dalam Kurun Waktu 1 Bulan.....	56
6. Tingkat Lama Responden Menjadi Pelanggan McDonald’s.....	57
7. Keunggulan McDonald’s.....	58
8. Keluhan Yang Dirasakan.....	60
9. Jumlah Dana yang Dikeluarkan Saat Melakukan Pembelian di gerai McDonald’s.....	61
C. Analisis Deskriptif.....	62
a) Distribusi Frekuensi Variabel <i>Customer Satisfaction</i> (X).....	62
b) Distribusi Frekuensi Variabel <i>Switching Barrier</i> (Y <sub>1</sub> ).....	64
c) Distribusi Frekuensi Variabel <i>Customer Retention</i> (Y <sub>2</sub> ).....	65
1. Analisis Jalur ( <i>Path Analysis</i> ).....	66
a) Pengaruh <i>Customer Saticfaction</i> (X) terhadap <i>Switching barrier</i> (Y <sub>1</sub> ).....	67
b) Pengaruh <i>Customer Saticfaction</i> (X) terhadap <i>Customer Retention</i> (Y <sub>2</sub> ).....	68
c) Pengaruh <i>Switching barrier</i> (Y <sub>1</sub> ) terhadap <i>Customer Retention</i> (Y <sub>2</sub> ).....	68
d) Pengaruh Langsung, Tidak Langsung dan Total Antar Variabel.....	69
D. Ketetapan Model.....	70
E. Pembahasan.....	71

**BAB V PENUTUP**

A. Kesimpulan.....	74
B. Saran.....	74

<b>DAFTAR PUSTAKA.....</b>	<b>76</b>
----------------------------	-----------

