

## DAFTAR ISI

<b>PERNYATAAN ORISINALITAS DAN BEBAS PLAGIAT</b> .....	<b>ii</b>
<b>HALAMAN PENGESAHAN</b> .....	<b>iii</b>
<b>KATA PENGANTAR</b> .....	<b>iv</b>
<b>HALAMAN PERNYATAAN PERSETUJUAN PUBLIKASI KARYA ILMIAH UNTUK KEPENTINGAN AKADEMIS</b> .....	<b>v</b>
<b>ABSTRAK</b> .....	<b>vi</b>
<b>ABSTRACT</b> .....	<b>vii</b>
<b>DAFTAR ISI</b> .....	<b>viii</b>
<b>DAFTAR GAMBAR</b> .....	<b>xii</b>
<b>DAFTAR TABEL</b> .....	<b>xiii</b>
<b>BAB I PENDAHULUAN</b> .....	<b>1</b>
1.1 Latar Belakang Masalah .....	1
1.2 Identifikasi Masalah .....	5
1.3 Pembatasan Masalah .....	5
1.4 Rumusan Masalah.....	5
1.5 Tujuan Masalah.....	6
1.6 Manfaat Penelitian.....	6
1.6.1 Manfaat Teoritis .....	6
1.6.2 Manfaat Praktis.....	6
1.7 Sistematika Penulisan.....	7
<b>BAB II TINJAUAN PUSTAKA</b> .....	<b>8</b>
2.1 Ketidakpuasan Kualitas Sistem.....	8
2.2 Daya Tarik Pesaing.....	9
2.3 Intensi Perpindahan .....	10
2.4 Keputusan Perpindahan Merek .....	10
2.5 Penelitian Terdahulu.....	11
2.6 Pengembangan Hipotesis Penelitian.....	16
2.6.1 Pengaruh ketidakpuasan Kualitas Sistem Terhadap Intensi Perpindahan .....	16
2.6.2 Pengaruh Daya Tarik Pesaing Terhadap Intensi Perpindahan .....	17

2.6.3	Pengaruh Intensi Perpindahan Terhadap Keputusan Perpindahan Merek.....	18
2.7	Bagan Alur Berpikir .....	19
2.8	Kerangka Konseptual .....	20
<b>BAB III METODE PENELITIAN .....</b>		<b>21</b>
3.1	Desain Penelitian .....	21
3.2	Variabel Dan Definisi Operasional Variabel.....	21
3.3	Populasi Dan Sampel Penelitian .....	23
3.4	Metode Pengumpulan Data .....	23
3.5	Lokasi Dan Waktu Penelitian.....	24
3.6	Metode Analisis Data .....	24
3.6.1	Analisis Deskriptif Berdasarkan Data Demografis Konsumen Pengguna Path.....	25
3.6.2	Analisis Deskriptif Untuk Indikator Ketidakpuasan Kualitas Sistem, Daya Tarik Pesaing, Intensi Perpindahan dan Keputusan Perpindahan Merek.....	25
3.6.3	Alat Analisis <i>Structural Equation Model – Partial Least Square (SEM - PLS)</i> .....	25
3.6.4	Uji Validitas.....	26
3.6.5	Uji Reliabilitas.....	27
3.6.6	Model Evaluasi PLS .....	28
3.6.7	Tahapan Analisis PLS .....	28
<b>BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN.....</b>		<b>32</b>
4.1	Gambaran Umum Media Sosial Path .....	32
4.2	Deskriptif Analisis.....	33
4.2.1	Pengumpulan Data .....	33
4.2.2	Karakteristik Responden .....	33
4.2.2.1	Usia.....	33
4.2.2.2	Jenis Kelamin .....	34
4.2.2.3	Daerah Domisili di Jakarta.....	34
4.2.2.4	Pendapatan per Bulan .....	35
4.2.2.5	Pekerjaan.....	35
4.2.2.6	Jangka Waktu Penggunaan Path.....	36
4.2.2.7	Tanggapan Responden Terhadap Konteks Ketidakpuasan Kualitas Sistem .....	37
4.2.2.8	Tanggapan Responden Terhadap Konteks Daya Tarik Pesaing .....	38
4.2.2.9	Tanggapan Responden Terhadap Konteks Intensi Perpindahan.....	39

4.2.2.10	Tanggapan Responden Terhadap Konteks Keputusan Perpindahan Merek.....	40
4.2.3	Statistik Deskriptif .....	41
4.2.3.1	Indikator dalam Ketidakpuasan Kualitas Sistem .....	41
4.2.3.2	Indikator dalam Daya Tarik Pesaing.....	42
4.2.3.3	Indikator dalam Intensi Perpindahan .....	43
4.2.3.4	Indikator dalam Keputusan Perpindahan Merek .....	44
4.3	Hasil Penghitungan <i>Partial Least Square</i> .....	45
4.3.1	<i>Outer Model</i> .....	45
4.3.1.1	Validitas Konvergen .....	46
1.	Analisis <i>Loading Factor</i> pada Ketidakpuasan Kualitas Sistem.....	46
2.	Analisis <i>Loading Factor</i> pada Daya Tarik Pesaing.....	47
3.	Analisis <i>Loading Factor</i> pada Intensi Perpindahan .....	48
4.	Analisis <i>Loading Factor</i> pada Keputusan Perpindahan Merek .....	48
5.	<i>Average Variance Extracted (AVE)</i> .....	49
6.	Validitas Diskriminan.....	49
4.3.1.2	Uji Reliabilitas.....	51
1.	Komposit Reliabilitas .....	51
2.	<i>Cronbach's Alpha</i> .....	51
4.3.2	<i>Inner Model Partial Least Square</i> .....	52
4.3.2.1	Hasil Uji <i>Goodness of Fit</i> .....	52
1.	<i>R-Square</i> .....	52
2.	<i>Q-Square</i> .....	53
4.3.2.2	<i>Inner Model</i> dan Hasil Pengujian Hipotesis.....	53
4.4	Pembahasan.....	56
4.4.1	Pengaruh Ketidakpuasan Kualitas Sistem terhadap Intensi Perpindahan .....	56
4.4.2	Pengaruh Daya Tarik Pesaing terhadap Intensi Perpindahan.....	57
4.4.3	Pengaruh Intensi Perpindahan terhadap Keputusan Perpindahan Merek .....	58
<b>BAB V</b>	<b>KESIMPULAN DAN REKOMENDASI .....</b>	<b>60</b>
5.1	Kesimpulan.....	60
5.2	Implikasi Penelitian .....	62
5.2.1	Implikasi Teoritis .....	62

5.2.2 Implikasi Praktis.....	62
5.3 Keterbatasan.....	63
5.4 Saran untuk Penelitian Selanjutnya .....	64
<b>DAFTAR PUSTAKA.....</b>	<b>65</b>
<b>LAMPIRAN 1 KUESIONER .....</b>	<b>69</b>
<b>LAMPIRAN 2 STUDI PENDAHULUAN.....</b>	<b>72</b>
<b>LAMPIRAN 3 TABULASI DATA RESPONDEN.....</b>	<b>75</b>
<b>LAMPIRAN 4 HASIL <i>OUTPUT PARTIAL LEAST SQUARE</i> .....</b>	<b>81</b>
<b>LAMPIRAN 5 HASIL <i>OUTPUT BOOTSTRAPPING</i> .....</b>	<b>85</b>
<b>LAMPIRAN 6 UJI PLAGIAT.....</b>	<b>88</b>

