

TUGAS AKHIR

ANALISIS PENGARUH *FUNCTIONS, USABILITY, DESIGN, APPLICATIONS, PRICE, CUSTOMER SUPPORT, CORPORATE IMAGE, SWITCHING BARRIER* TERHADAP *CUSTOMER LOYALTY* MELALUI *CUSTOMER SATISFACTION* PADA PENGGUNA *SMARTPHONE XIAOMI* DI SURABAYA

Ditulis untuk memenuhi sebagian persyaratan akademik
guna memperoleh gelar sarjana Ekonomi Strata Satu

Oleh:

NAMA : MICHELLE KURNIA KUSLIN

NPM : 00000027262



**PROGRAM STUDI MANAJEMEN
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS
UNIVERSITAS PELITA HARAPAN
KAMPUS SURABAYA**

2019



**UNIVERSITAS PELITA HARAPAN
KAMPUS SURABAYA
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS**

IDENTITAS TIM PENGUJI

Judul : ANALISIS PENGARUH *FUNCTIONS, USABILITY, DESIGN, APPLICATIONS, PRICE, CUSTOMER SUPPORT, CORPORATE IMAGE, SWITCHING BARRIER* TERHADAP *CUSTOMER LOYALTY* MELALUI *CUSTOMER SATISFACTION* PADA PENGGUNA SMARTPHONE XIAOMI DI SURABAYA

Nama Mahasiswa : Michelle Kurnia Kuslin
NPM : 00000027262
Jurusan : Manajemen
Peminatan : IBM

TIM PEMBIMBING

Pembimbing 1 : Dr. Ronald Suryaputra S.T., M.M.
Pembimbing 2 : Dr. Amelia S.E., M.M.

TIM PENGUJI

Ketua Tim Penguji : Dr. Ronald Suryaputra S.T., M.M.
Sekretaris : Hannani M.Gunawan BA., MBA.
Anggota : Dr. Oliandes Sondakh S.E., M.M



UNIVERSITAS PELITA HARAPAN
KAMPUS SURABAYA

PERNYATAAN KEASLIAN KARYA TUGAS AKHIR

Saya mahasiswa Jurusan Manajemen, Fakultas Ekonomi dan Bisnis
Universitas

Pelita Harapan Kampus Surabaya,

Nama Mahasiswa : Michelle Kurnia Kuslin

Nomor Pokok Mahasiswa : 00000027262

Jurusan : Manajemen

Dengan ini menyatakan bahwa karya tugas akhir yang saya buat dengan
judul

“ANALISIS PENGARUH *FUNCTIONS, USABILITY, DESIGN, APPLICATIONS, PRICE, CUSTOMER SUPPORT, CORPORATE IMAGE, SWITCHING BARRIER* TERHADAP *CUSTOMER LOYALTY* MELALUI *CUSTOMER SATISFACTION* PADA PENGGUNA SMARTPHONE XIAOMI DI SURABAYA” adalah:

1) Dibuat dan diselesaikan sendiri, dengan menggunakan hasil kuliah, tinjauan lapangan dan buku – buku serta jurnal acuan yang tertera di dalam referensi pada karya tugas akhir saya

2) Bukan merupakan duplikasi karya tulis yang sudah dipublikasikan atau yang pernah dipakai untuk mendapat gelar sarjana di universitas lain, kecuali pada bagian-bagian sumber informasi dicantumkan dengan cara referensi yang semestinya

3) Bukan merupakan karya terjemahan dari kumpulan buku atau jurnal acuan yang tertera di dalam referensi pada karya tugas akhir saya

Kalau terbukti saya tidak memenuhi apa yang telah dinyatakan di atas, maka karya tugas akhir ini batal.

Surabaya, 31 Agustus 2019

Yang membuat pernyataan





UNIVERSITAS PELITA HARAPAN KAMPUS SURABAYA
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS

**PERSETUJUAN DOSEN PEMBIMBING TUGAS AKHIR
ANALISIS PENGARUH *FUNCTIONS, USABILITY, DESIGN,*
APPLICATIONS, PRICE, CUSTOMER SUPPORT, CORPORATE IMAGE,
SWITCHING BARRIER TERHADAP *CUSTOMER LOYALTY* MELALUI
CUSTOMER SATISFACTION PADA PENGGUNA SMARTPHONE
XIAOMI DI SURABAYA**

Oleh:

Nama : Michelle Kurnia

NPM : 00000027262

Jurusan : Manajemen

Telah diperiksa dan disetujui untuk diajukan dan dipertahankan dalam ujian komprehensif guna mendapatkan gelar Sarjana Strata Satu Manajemen pada Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Pelita Harapan Kampus Surabaya

Surabaya, 2 September 2019

Menyetujui:

Pembimbing Utama

Dr. Ronald Suryaputra S.T., M.M.

Pembimbing Kedua

Dr. Amelia S.E., M.M.

Ketua Program Studi Manajemen

Dr. Amelia S.E., M.M.

Executive Director

Dr. Ronald Suryaputra S.T., M.M.






UNIVERSITAS PELITA HARAPAN
KAMPUS SURABAYA
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS

LEMBAR PERSETUJUAN TIM PENGUJI TUGAS AKHIR

Pada Senin, 2 September 2019 telah diselenggarakan ujian komprehensif untuk memenuhi sebagian persyaratan akademik guna mencapai Gelar Sarjana Strata Satu Ekonomi Fakultas Jurusan Ekonomi dan Bisnis Universitas Pelita Harapan Kampus Surabaya atas nama:

Nama : Michelle Kurnia Kuslin
NPM : 00000027262
Jurusan : Manajemen

termasuk ujian Tugas Akhir yang berjudul “ANALISIS PENGARUH *FUNCTIONS, USABILITY, DESIGN, APPLICATIONS, PRICE, CUSTOMER SUPPORT, CORPORATE IMAGE, SWITCHING BARRIER* TERHADAP *CUSTOMER LOYALTY* MELALUI *CUSTOMER SATISFACTION* PADA PENGGUNA *SMARTPHONE XIAOMI* DI SURABAYA” oleh tim penguji yang terdiri dari:

Dewan Penguji	Status	Tanda tangan
Dr. Ronald Suryaputra S.T., M.M.	sebagai Ketua Penguji, Pembimbing	
Hannani M. Gunawan, B.A., MBA	sebagai Penguji Pertama	
Dr. Oliandes Sondakh S.E., M.M.	sebagai Penguji Kedua	

KATA PENGANTAR

Segala puji syukur, hormat, dan ucapan terima kasih yang sebesar-besarnya penulis panjatkan hanya ke hadirat Allah Tritunggal. Karena atas berkat dan rahmat-Nya yang besar, penulis boleh dimampukan untuk menyelesaikan Tugas Akhir Skripsi ini. Penulis sungguh menyadari bahwa kalau bukan karena pertolongan tangan-Nya ataupun cinta kasih-Nya yang tetap selamanya, maka Penulis tidak akan pernah bisa berkuliah atau bahkan sampai pada tahap ini. Sungguh melalui peristiwa ini Penulis benar-benar bisa melihat bahwa pekerjaan Tuhan Yesus Kristus tidak pernah keliru ataupun mengecewakan. Penulis telah mengalami sendiri secara pribadi bagaimana Tuhan turut bekerja dalam segala sesuatu bahkan di saat tersulit sekalipun, Tuhan masih tetap berjalan memegang tangan Penulis, memberi kekuatan ekstra bagi Penulis untuk tetap terjaga dan terus berjuang menyelesaikan Tugas Akhir Skripsi ini. Biarlah segala pengalaman yang boleh Tuhan ijinkan terjadi dalam hidup penulis baik suka maupun duka, sakit maupun sehat, air mata maupun tawa, senang maupun susah, buruk maupun baik, serta kekurangan maupun kelimpahan selama proses perkuliahan dan sampai pada pengerjaan Tugas Akhir Skripsi ini dapat terus menjadi bekal bagi Penulis untuk tetap setia berjuang bersama Tuhan sampai setiap pertandingan di dunia ini usai.

Adapun karya Tugas Akhir Skripsi yang dapat Penulis selesaikan diberi judul **“ANALISIS PENGARUH FUNCTIONS, USABILITY, DESIGN, APPLICATIONS, PRICE, CUSTOMER SUPPORT, CORPORATE IMAGE DAN SWITCHING BARIER TERHADAP CUSTOMER LOYALTY MELALUI CUSTOMER SATISFACTION PENGGUNA SMARTPHONE XIAOMI DI SURABAYA”**. Penulisan Tugas Akhir Skripsi ini merupakan salah satu syarat akademik guna memperoleh gelar Sarjana Ekonomi Jurusan Manajemen pada Universitas Pelita Harapan Surabaya. Tidak lupa juga pada kesempatan ini Penulis ingin mengucapkan terima kasih yang sebesar-besarnya kepada para pihak yang telah berperan serta dalam memberikan bantuan, sumbangsih ide, bimbingan, saran, serta dukungan moril maupun materiil yang sangat berarti bagi Penulis mulai dari awal sampai akhir proses pengerjaan Tugas Akhir Skripsi. Ucapan terima kasih ini Penulis sampaikan pada pihak-pihak yang terhormat dan terkasih dalam Tuhan Yesus Kristus, diantaranya:

1. Bapak Dr. Ronald S.T., M.M. selaku Eksekutif Direktur Universitas Pelita Harapan Surabaya, serta menjadi Dosen Pembimbing. Terimakasih banyak Ko Ronald untuk tiga tahun ini serta telah membimbing Michelle selama kurang lebih 6 bulan dalam mengerjakan proses pembuatan Skripsi ini. Terimakasih juga untuk sudah memilih Michelle sebagai anak pembimbing Ko Ronald dan meluangkan waktu. Serta selalu sabar dalam menghadapi skripsi Michelle yang sering revisi. Makasih banyak Ko. Kiranya Tuhan Yesus memberkati Ko Ronald sekeluarga.
2. Ibu Dr. Amelia S.E., RFP-1., M.M. selaku Ketua Jurusan Manajemen UPHS serta menjadi dosen pembimbing Michelle dalam mengerjakan Skripsi ini. Terimakasih Miss Amel telah meluangkan waktu selama kurang lebih 6 bulan. Terimakasih telah membantu Michelle untuk olah data serta meluangkan waktu untuk membaca skripsi Michelle yang sering salah. Terima kasih Ms selama tiga tahun ini sudah menjadi dosen Pembimbing Akademik Michelle, dan mau mengingatkan hal-hal penting pada anak-anak didik Ms. Kiranya Tuhan Yesus memberkati Ms. Amel sekeluarga.
3. Terimakasih untuk para dosen yang mengajar Michelle selama 3 tahun berada di UPH. Banyak hal yang telah Michelle alami dan pelajari selama kurang lebih 3 tahun berada di UPH. Kiranya Tuhan Yesus memberkati dosen dosen di Universitas Pelita Harapan Surabaya.
4. Terima kasih juga buat mama dan papa, sudah memberi pendidikan Michelle sampai sarjana. Terimakasih telah mendengarkan Michelle setiap Michelle berkeluh kesah tentang hidup Terimakasih untuk selalu menyemangati Michelle dalam kehidupan berkuliah ini serta terimakasih telah membesarkan Michelle hingga saat ini. Terimakasih selalu sabar menghadapi saya yang selalu bersikap egois dan keras kepala. Terimakasih juga untuk koko dan cecen selalu menjadi saudara yang terbaik buat Michelle.
5. Terima kasih untuk Nia yang menjadi sahabat Michelle sejak SMA hingga sekarang, terimakasih untuk selalu bersabar hadapi aku yang egois dan keras kepala ya siss, dan mendengarkan keluh kesah dalam pembuatan skripsi, membantu dalam pembuatan skripsi. Serta selalu mendengarkan curhat, dan

selalu memberi masukan. Nanti setelah lulus tetap sering kumpul ya. Tetap jadi sahabat terbaik ku ya <3

6. Untuk Jessica Tjileman, terimakasih sudah menjadi sahabat saya selama 3 tahun. Terimakasih juga uda menjadi partner ke PTC. Jangan lupa diet ya jes setelah lulus biar wisuda uda kurus.
7. Untuk Edwin dan Charlie yang menjadi teman saya makan di fc maupun dumen terimakasih untuk 3 tahun yang selalu menemani makan serta membantu dan mendengarkan curhat ku selama pembuatan skripsi ya. Terimakasih juga selalu menjadi teman yang baik selama di UPH.
8. Terima kasih untuk Louis, Jeani, Kiko, Ignas, Willi, dsb yang selalu menemani keluar ketika aku sudah jenuh skripsi dan selalu menyemangati agar skripsi cepat selesai dan untuk Louis makasih uda di bantuin membuat skripsi hahaha. Semoga kita masi sering keluar bareng ya guyyss semangat skripsi juga buat kalian semoga taun depan bisa sidang
9. Terimakasih untuk Kezia yang selalu menjadi sahabat penulis, terimakasih untuk selalu meluangkan waktu untuk ngajak keluar ya. Semoga pertemanan kita ga berubah dan selalu bisa keluar, makasih uda selalu menyemangati dalam pembuatan skripsi dan selalu memotivasi agar segera kerja biar dapat uang sendiri biar bisa traveling bareng wkwwkww semoga tidak wacana ya sis. Tetap gibah sampai tengah malem ya sis. Tetap jadi sahabat terbaik ya siss. <3

Tiada gading yang tidak retak, maka penulis menyadari Skripsi ini memiliki banyak kekurangan. Oleh karena itu, penulis memohon maaf sebesar-besarnya dan mengharapkan kritik atau saran yang membangun guna melengkapi kekurangan Skripsi ini. Akhir kata, penulis berharap semoga Skripsi ini dapat memberikan manfaat bagi setiap pembaca dan berguna untuk pengembangan ilmu pengetahuan.

Sidoarjo, 28 Juli 2019



Michelle Kurnia Kuslin

DAFTAR ISI

HALAMAN JUDUL	i
IDENTITAS TIM PENGUJI	ii
PERNYATAAN KEASLIAN KARYA TUGAS AKHIR.....	iii
PERSETUJUAN DOSEN PEMBIMBING TUGAS AKHIR	iv
LEMBAR PERSETUJUAN TIM PENGUJI TUGAS AKHIR	v
ABSTRAK	vi
ABSTRACT	vii
KATA PENGANTAR.....	viii
DAFTAR ISI.....	xi
DAFTAR GAMBAR.....	xv
DAFTAR TABEL	xvi
DAFTAR LAMPIRAN	xix
BAB I PENDAHULUAN.....	1
1.1 Latar Belakang	1
1.2 Batasan Masalah	9
1.3 Rumusan Masalah.....	10
1.4 Tujuan Penelitian	11
1.5 Manfaat Penelitian	11
BAB II TINJAUAN PUSTAKA DAN PENGEMBAHAN HIPOTESIS	14
2.1 Landasan Teori.....	14
2.1.1 Customer Loyalty.....	14
2.1.2 Customer Satisfaction.....	15
2.1.1 Switching Barrier	16
2.1.2 Device Features	18
2.1.4.1 Functions	18
2.1.4.2 Usability	19
2.1.3 Corporate Factors	23
2.1.5.2 Corporate Image	24

2.2	Penelitian Terdahulu	25
2.3	Pengembangan Hipotesis	26
2.3.1	Pengaruh <i>Functions</i> terhadap <i>Customer Satisfaction</i>	26
2.3.2	Pengaruh <i>Usability</i> terhadap <i>Customer Satisfaction</i>	26
2.3.3	Pengaruh <i>Design</i> terhadap <i>Customer Satisfaction</i>	27
2.3.4	Pengaruh <i>Applications</i> terhadap <i>Customer Satisfaction</i>	27
2.3.5	Pengaruh <i>Price</i> terhadap <i>Customer Satisfaction</i>	28
2.3.6	Pengaruh <i>Customer support</i> terhadap <i>Customer Satisfaction</i>	28
2.3.7	Pengaruh <i>Corporate Image</i> terhadap <i>Customer Satisfaction</i>	29
2.3.8	Pengaruh <i>Customer Satisfaction</i> terhadap <i>Customer Loyalty</i>	29
2.3.9	Pengaruh <i>Switching Barrier</i> terhadap <i>Customer Loyalty</i>	30
2.4	Model Penelitian	31
2.5	Bagan Alur Berpikir	31
BAB III METODOLOGI PENELITIAN		33
3.1	Jenis Penelitian.....	33
3.1.2	Jenis Data	33
3.2	Populasi dan Sampel	34
3.2.1	Populasi	34
3.2.2	Sampel	34
3.3	Metode Pengumpulan Data.....	35
3.4	Definisi Operasional dan Pengukuran Variabel.....	37
3.4.1	Definisi Operasional	37
3.5	Metode Analisis Data.....	39
3.5.1	Pengolahan Data.....	39
3.5.2	Pengujian Hipotesis.....	39
3.5.2.1	Uji Validitas	39
3.5.2.2	Uji Realibilitas	40
3.5.2.3	Uji Asumsi Klasik	40
3.5.2.4	Analisis Linier Regresi Berganda (Multiple Regression)	43
3.5.2.5	Koefisien Korelasi.....	44
3.5.2.6	Koefisien Determinasi.....	45
3.5.2.7	Uji F	45

3.5.2.8 Uji T	46
BAB IV ANALISIS DATA DAN PEMBAHASAN.....	47
4.1 Gambaran Umum Xiaomi.....	47
4.2 Analisis Data.....	48
4.2.1 Statistik Deskriptif.....	48
4.2.1.1 Karakteristik Responden	48
4.2.1.2 Gambaran Umum Responden Berdasarkan Usia.....	48
4.2.1.4 Tanggapan Responden	49
4.2.2 Analisis Deskriptif Variabel.....	59
4.2.2.1 Penjelasan Responden terhadap Customer Loyalty	60
4.2.2.2 Penjelasan Responden terhadap Customer Satisfaction.....	61
4.2.2.3 Penjelasan Responden terhadap Switching Barrier.....	62
4.2.2.4 Penjelasan Responden terhadap Functions	63
4.2.2.5 Penjelasan Responden terhadap Usability	63
4.2.2.6 Penjelasan Responden terhadap Design.....	64
4.2.2.7 Penjelasan Responden terhadap Applications.....	65
4.2.2.8 Penjelasan Responden terhadap Price	66
4.2.2.9 Penjelasan Responden terhadap Customer Support.....	67
4.2.2.10 Penjelasan Responden terhadap Corporate Image	68
4.4.2.3 Uji Validitas	69
4.2.4 Uji Reliabilitas	71
4.2.5.2 Uji Multikolinearitas	74
4.2.5.3 Uji Heterokedastisitas	75
4.2.5.4 Uji Linearitas.....	76
4.3 Metode Analisis Statistik	77
4.3.1 Analisis Regresi	77
4.3.1.1 Analisis Regresi Berganda	77
4.3.2 Analisis Koefisien Korelasi	80
4.3.2.1 Analisis Koefisien Korelasi Berganda	80
4.3.3 Analisis Koefisien Determinasi (R^2).....	81
4.4 Metode Pengujian Hipotesis	82
4.4.1 Uji Signifikansi Simultan (Uji-F)	82

4.4.2 Uji Signifikansi Parsial (Uji-t)	82
4.5 Pembahasan.....	85
BAB V KONKLUSI, IMPLIKASI DAN REKOMENDASI	104
5.1 Simpulan	104
5.1.1 Simpulan Atas Hipotesis	104
5.1.1.1 Pengaruh Functions terhadap Customer Satisfaction.....	104
5.1.1.2 Pengaruh Usability terhadap Customer Satisfaction.....	105
5.1.1.3 Pengaruh signifikan Design terhadap Customer Satisfaction	106
5.1.1.4 Pengaruh Applications terhadap Customer Satisfaction	106
5.1.1.5 Pengaruh Price terhadap Customer Satisfaction	107
5.1.1.6 Pengaruh Customer Support terhadap Customer Satisfaction	107
5.1.1.7 Pengaruh Corporate Image terhadap Customer Satisfaction	108
5.1.1.8 Pengaruh Customer Satisfaction terhadap Customer Loyalty	108
5.1.1.9 Pengaruh Switching Barrier terhadap Customer Loyalty	109
5.1.2 Simpulan Atas Masalah Penelitian	110
5.2 Implikasi.....	111
5.2.1 Implikasi Teoritis	111
5.2.2 Implikasi Manajerial	111
5.3 Rekomendasi	117
DAFTAR PUSTAKA	119

DAFTAR GAMBAR

Gambar 1. 1 Pengguna Smartphone Di Dunia	1
Gambar 1. 2 Pengguna Smartphone Di Indonesia	2
Gambar 1. 3 Logo Xiaomi	2
Gambar 1. 4 Review Pengguna Xiaomi Redmi Note 5 Di Tahun 2018	5
Gambar 1. 5 Smartphone Xiaomi Pemenang Good Design Award 2017.....	7
Gambar 1. 6 Layanan Pelanggan Xiaomi	9
Gambar 2.1 model penelitian	31
Gambar 2. 2 Bagan Alur Berpikir	32
Gambar 4. 1 Diagram Pie Responden berdasarkan usia	49
Gambar 4. 2: Scatterplot Uji Normalitas Customer Satisfaction	73
Gambar 4. 3: Scatterplot Uji Normalitas Customer Loyalty.....	73
Gambar 4. 4: Scatterplot Uji Heterokedastisitas Customer Satisfaction.....	75
Gambar 4. 5: Scatterplot Uji Heterokedastisitas Customer Loyalty	76
Gambar 4. 6 Hasil Penelitian	85

DAFTAR TABEL

Tabel 1. 1 Jumlah penjualan smartphone di Indonesia tahun 2018	3
Tabel 1. 2 perbandingan antara smartphone Xiaomi redmi note 6 dengan Honor 8x	8
Tabel 3. 1 Desain Inti Kuisisioner	36
Tabel 3. 2 Likert Scale Point.....	37
Tabel 3. 3 Operasional Variabel.....	37
Tabel 3. 4 Rules of Thumb Koefisien Korelasi.....	45
Tabel 4. 1 Responden Berdasarkan Usia.....	49
Tabel 4. 2 Derajat Penilaian Setiap Variabel.....	50
Tabel 4. 3 Tanggapan Responden terhadap <i>Customer Loyalty</i>	50
Tabel 4. 4 Tanggapan Responden terhadap <i>Customer Satisfaction</i>	51
Tabel 4. 5 Tanggapan Responden terhadap <i>Switching Barrier</i>	52
Tabel 4. 6 Tanggapan Responden terhadap <i>Functions</i>	53
Tabel 4. 7 Tanggapan Responden terhadap <i>Usability</i>	54
Tabel 4.8 Tanggapan Responden terhadap <i>Design</i>	55
Tabel 4. 9 Tanggapan Responden terhadap <i>Applications</i>	56
Tabel 4.10 Tanggapan Responden terhadap <i>Price</i>	57
Tabel 4. 11 Tanggapan Responden terhadap <i>Customer Support</i>	58
Tabel 4. 12 Tanggapan Responden terhadap <i>Corporate Image</i>	59
Tabel 4.13 Distribusi Jawaban Responden terhadap Variabel <i>Customer Loyalty</i> .	60
Tabel 4.14 Distribusi Jawaban Responden terhadap Variabel <i>Customer Satisfaction</i>	61
Tabel 4.15 Distribusi Jawaban Responden terhadap Variabel <i>Switching Barrier</i> .	62
Tabel 4.16 Distribusi Jawaban Responden terhadap Variabel <i>Functions</i>	63

Tabel 4. 17 Distribusi Jawaban Responden terhadap Variabel <i>Usability</i>	64
Tabel 4. 18 Distribusi Jawaban Responden terhadap Variabel <i>Design</i>	65
Tabel 4. 19 Distribusi Jawaban Responden terhadap Variabel <i>Applications</i>	66
Tabel 4. 20 Distribusi Jawaban Responden terhadap Variabel <i>Price</i>	67
Tabel 4. 21 Distribusi Jawaban Responden terhadap Variabel <i>Customer Support</i>	68
Tabel 4. 22 Distribusi Jawaban Responden terhadap Variabel <i>Corporate Image</i> .	69
Tabel 4. 23 Hasil Uji Validitas <i>Customer Loyalty</i>	69
Tabel 4. 24 Hasil Uji Validitas <i>Customer Satisfaction</i>	70
Tabel 4. 25 Hasil Uji Validitas <i>Switching Barrier</i>	70
Tabel 4. 26 Hasil Uji Validitas <i>Functions</i>	70
Tabel 4. 27 Hasil Uji Validitas <i>Usability</i>	70
Tabel 4. 28 Hasil Uji Validitas <i>Design</i>	70
Tabel 4. 29 Hasil Uji Validitas <i>Applications</i>	70
Tabel 4. 30 Hasil Uji Validitas <i>Price</i>	71
Tabel 4. 31 Hasil Uji Validitas <i>Customer Support</i>	71
Tabel 4. 32 Hasil Uji Validitas <i>Corporate Image</i>	71
Tabel 4. 33 Reability Test	72
Tabel 4. 34 Kolmogorov-Smirnov for <i>smartphone</i> Xiaomi One-Sample Kolmogorov-Smirnov Test.....	72
Tabel 4. 35 Nilai Tolerance dan VIF	74
Tabel 4. 36 Hasil uji Spersman’s test Corelations	75
Tabel 4. 37 Hasil Uji Linieritas.....	76
Tabel 4. 38 Hasil Uji Devitiation	76
Tabel 4. 39 Hasil Uji Berganda.....	77
Tabel 4. 40 Hasil Uji Berganda.....	79
Tabel 4. 41 Hasil Analisis Koefisien Determinasi 1 (R^2).....	81
Tabel 4. 42 Hasil Analisis Koefisien Determinasi 1 (R^2).....	81
Tabel 4. 43 Hasil Uji F	82
Tabel 4. 44 Hasil Uji T.....	83

Tabel 4. 45 Indikator <i>Customer Satisfaction</i>	92
Tabel 4. 46 Indikator <i>Switching Barrier</i>	93
Tabel 4. 47 Indikator <i>Corporate Image</i>	94
Tabel 4. 48 Indikator <i>Price</i>	95
Tabel 4. 49 Indikator <i>Usability</i>	96
Tabel 4. 50 Indikator <i>Customer Support</i>	98
Tabel 4. 51 Indikator <i>Applications</i>	99
Tabel 4. 52 Indikator <i>Functions</i>	100
Tabel 4. 53 Indikator <i>Design</i>	101
Tabel 4. 54 Indikator <i>Customer Loyalty</i>	102
Tabel 5. 1 Implikasi Teoritis	115
Tabel 5. 2 Implikasi Manajerial	116

DAFTAR LAMPIRAN

LAMPIRAN A.....	A-1
LAMPIRAN B.....	B-1
LAMPIRAN C.....	C-1
LAMPIRAN D.....	D-1
LAMPIRAN E.....	E-1
LAMPIRAN F.....	F-1