

SKRIPSI

PENGARUH KETIDAKPUASAN PASCAKONSUMSI, *NEGATIVE WORD OF MOUTH*, HARGA TINGGI, KEBUTUHAN MENCARI VARIASI, DAN KETIDAKTERSEDIAAN PRODUK TERHADAP KEPUTUSAN PERPINDAHAN MEREK

(Studi Pada Perpindahan Merek Kartu Paket Data Internet 3 *Always On* di Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Jenderal Soedirman)



Oleh:

AZIZ NUR ROHMAN

NIM: C1B012029

**KEMENTERIAN RISET, TEKNOLOGI, DAN PENDIDIKAN TINGGI
UNIVERSITAS JENDERAL SOEDIRMAN
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS
PURWOKERTO**

2016

SKRIPSI

PENGARUH KETIDAKPUASAN PASCAKONSUMSI, *NEGATIVE WORD OF MOUTH*, HARGA TINGGI, KEBUTUHAN Mencari VARIASI, DAN KETIDAKTERSEDIAAN PRODUK TERHADAP KEPUTUSAN PERPINDAHAN MEREK

(Studi Pada Perpindahan Merek Kartu Paket Data Internet 3 Always On di Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Jenderal Soedirman)



**Diajukan untuk memenuhi persyaratan memperoleh gelar sarjana ekonomi
pada Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Jenderal Soedirman**

Oleh:

AZIZ NUR ROHMAN

NIM: C1B012029

**KEMENTERIAN RISET, TEKNOLOGI, DAN PENDIDIKAN TINGGI
UNIVERSITAS JENDERAL SOEDIRMAN
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS
PURWOKERTO**

2016