

**PENGARUH *CORPORATE REPUTATION* DAN *CUSTOMER SATISFACTION* TERHADAP *SWITCHING INTENTION***  
**(Studi Pengguna *Smartphone* Samsung di Indonesia)**



**TESIS**

Diajukan sebagai persyaratan akademik  
untuk memperoleh gelar Magister Manajemen

Oleh :

**Hendrik Purnama Surya Nugraha**

**1553069**

**UNIVERSITAS KRISTEN MARANATHA  
PROGRAM MAGISTER MANAJEMEN  
TERAKREDITASI BAN-PT  
SK No.069/SK/BAN-PT/Akred/M/III/2014  
BANDUNG  
2017**

## KATA PENGANTAR

*Al-hamdu lillahi rabbil a'lam*, puji syukur penulis panjatkan atas kehadiran Allah SWT atas segala kuasa, anugerah dan rahmat-Nya sehingga penulis dapat menyelesaikan tesis dengan judul Pengaruh *Corporate Reputation* dan *Customer Satisfaction* terhadap *Switching Intention* (Pengguna *Smartphone* Samsung di Indonesia). Adapun maksud dan tujuan penulisan tesis ini adalah untuk memenuhi salah satu syarat kelulusan program studi S-2 Magister Manajemen Universitas Kristen Maranatha.

Selama masa penelitian hingga selesainya tesis ini, penulis mendapatkan arahan, dorongan, serta bantuan dari berbagai pihak. Untuk itu penulis mengucapkan terima kasih kepada:

1. Bapak Agustinus Februadi, PhD. selaku dosen pembimbing yang telah memberikan kontribusi dalam membimbing dan memberikan arahan, saran serta membagi ilmu sehingga tesis ini dapat diselesaikan dengan baik.
2. Ibu Dr. Anny Nurbasari, S.E., M.P. selaku dosen penguji 1 yang telah banyak meluangkan waktunya untuk memberikan arahan tesis penulis.
3. Bapak Dr. Agus Aribowo, S.E., M.M. selaku dosen penguji 2 yang telah banyak memberikan saran, arahan tesis serta informasi yang berharga untuk studi selanjutnya.
4. Teruntuk tunangan sekaligus calon istri saya Deriana Tarisa, terima kasih untuk segala dukungan dan motivasi yang diberikan kepada saya selama penulisan tesis ini berlangsung hingga selesai. Semoga amalan kamu dibalas oleh Allah SWT.

5. Kepada Ci Senia yang telah membantu segala keperluan penulis dari pertama kali masuk Magister Manajemen di Universitas Kristen Maranatha sampai menyelesaikan penelitian ini.
6. Spesial untuk Keluarga (Mama, Papa dan adik-adik) di Kota Madiun atas dukungan doa dan motivasinya, dalam penyelesaian tesis ini.
7. Terima kasih kepada keluarga besar MM – Marketing Angkatan 38 yang memberikan banyak pengalaman baru kepada saya.
8. Seluruh pihak dengan tidak mengurangi rasa hormat tidak dapat penulis sebutkan satu persatu yang telah memberikan dorongan, semangat dalam penulisan tesis ini.

Semoga segala bentuk bantuan yang telah diberikan kepada penulis mendapat balasan dari Allah SWT.

Akhir kata penulis mohon maaf atas keterbatasan dan kekurangan tesis ini. Semoga tesis ini dapat bermanfaat untuk pengembangan ilmu pengetahuan dan bagi almamater tercinta. Amin. Wassalamualaikum Wr. Wb.

Bandung, 15 Desember 2017

Hendrik Purnama Surya Nugraha