



**PENGARUH *CUSTOMER SATISFACTION*, *SWITCHING COST*
DAN *TRUST IN BRAND* TERHADAP *CUSTOMER RETENTION***

**(Studi Kasus : Pengguna Layanan Kartu Perdana Telkomsel Pada
Mahasiswa Fakultas Ekonomi Manajemen
Universitas Muhammadiyah Jember)**

SKRIPSI

Diajukan guna melengkapi tugas akhir dan memenuhi salah satu syarat untuk menyelesaikan Program Studi Manajemen (S1) dan memperoleh gelar Sarjana Ekonomi

Oleh :

Novia Tri Komaria
NIM. 1310411026

**PROGRAM STUDI MANAJEMEN
FAKULTAS EKONOMI
UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH JEMBER
2017**



**PENGARUH *CUSTOMER SATISFACTION*, *SWITCHING COST* DAN
TRUST IN BRAND TERHADAP *CUSTOMER RETENTION***

**(Studi Kasus : Pengguna Layanan Kartu Perdana Telkomsel Pada
Mahasiswa Fakultas Ekonomi Manajemen
Universitas Muhammadiyah Jember)**

SKRIPSI

Diajukan guna melengkapi tugas akhir dan memenuhi salah satu syarat untuk menyelesaikan Program Studi Manajemen (S1) dan memperoleh gelar Sarjana Ekonomi

Oleh :

Novia Tri Komaria
NIM. 1310411026

**PROGRAM STUDI MANAJEMEN
FAKULTAS EKONOMI
UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH JEMBER
2017**

PERNYATAAN

Saya yang bertanda tangan di bawah ini:

Nama : Novia Tri Komaria

NIM : 1310411026

Prodi : Manajemen Ekonomi

Menyatakan dengan sebenar-benarnya bahwa karya ilmiah berupa skripsi yang berjudul: **PENGARUH *CUSTOMER SATISFACTION*, *SWITCHING COST* DAN *TRUST IN BRAND* TERHADAP *CUSTOMER RETENTION* (Studi Kasus : Pengguna Layanan Kartu Perdana Telkomsel Pada Mahasiswa Fakultas Ekonomi Manajemen Universitas Muhammadiyah Jember)** adalah hasil karya sendiri. Kecuali jika dalam beberapa kutipan substansi telah saya sebutkan sumbernya. Belum pernah diajukan pada institusi manapun, serta bukan karya plagiat atau jiplakan. Saya bertanggung jawab atas keaslian, keabsahan, dan kebenaran isisnya, sesuai dengan sikap ilmiah.

Demikian pernyataan ini Saya buat dengan sebenarnya, tanpa adanya tekanan dan paksaan dari pihak manapun serta Saya bersedia memperoleh sanksi akademik dan siap dituntut dimuka hukum, jika ternyata dikemudian hari ada pihak-pihak yang dirugikan dari pernyataan yang tidak benar tersebut.

Jember, 7 Maret 2017

Yang menyatakan,



Novia Tri Komaria

NIM. 1310411026

SKRIPSI

**PENGARUH *CUSTOMER SATISFACTION*, *SWITCHING COST* DAN
TRUST IN BRAND TERHADAP *CUSTOMER RETENTION***

**(Studi Kasus : Pengguna Layanan Kartu Perdana Telkomsel Pada
Mahasiswa Fakultas Ekonomi Manajemen
Universitas Muhammadiyah Jember)**

Oleh :

Novia Tri Komaria
NIM. 1310411026

Pembimbing :

Pembimbing Utama

: Drs. M. Naely Azhad, Msi.

A rectangular box containing a handwritten signature in black ink, which appears to be "M. Naely Azhad".

Pembimbing Pendamping

: Bayu Wijyantini, SE. MM.

A rectangular box containing a handwritten signature in blue ink, which appears to be "Bayu Wijyantini".

PENGESAHAN

Skripsi berjudul: Pengaruh *Customer Satisfaction*, *Switching Cost* dan *Trust in Brand* Terhadap *Customer Retention* (Studi Kasus : Pengguna Layanan Kartu Perdana Telkomsel Pada Mahasiswa Fakultas Ekonomi Manajemen Universitas Muhammadiyah Jember), telah diuji dan disahkan oleh Fakultas Ekonomi Universitas Muhammadiyah Jember pada:

Hari : Sabtu
Tanggal : 25 Maret 2017
Tempat : Fakultas Ekonomi Universitas Muhammadiyah Jember

Tim Penguji,



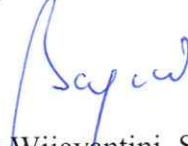
Dr. Nurul Qomariah, MM.
NPK. 06 03 426

Anggota 1,



Drs. M. Naely Azhad, Msi.
NIP. 19661231199031000

Anggota 2,



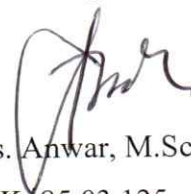
Bayu Wijayantini, SE. MM.
NPK. 10 09 061

Mengesahkan:



Dekan
Dr. Arik Susbiyani, M.Si.
NPK. 01 09 289

Ketua Program Studi,



Drs. Anwar, M.Sc.
NPK. 85 03 125

8. Teman-temanku Mela Rosalina, Dita Septania Chimbi, Intan, Hasan Dewi, Mita, dan seluruh kelas B Manajemen Marketing dan teman-teman seangkatan 2013 kalian luar biasa semoga kelak kalian semua menjadi orang yang sukses amin.
9. Adik kosan Halmahera 4 No.10 (Yhunita Ayu Tharina, dan Iis Dewi) yang sudah seperti keluarga dan adik sendiri, terimakasih atas doa, dukungan serta kebersamaan yang indah selama ini.
10. Almamater yang aku banggakan Universitas Muhammadiyah Jember.

ABSTRAK

Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis pengaruh *customer satisfaction*, *switching cost* dan *trust in brand* secara parsial terhadap *customer retention*. Populasi dalam penelitian ini adalah seluruh Mahasiswa Fakultas Ekonomi Manajemen, Universitas Muhammdiyah Jember, yakni berjumlah 1.697 mahasiswa. Sampel yang digunakan sebanyak 100 responden, menggunakan teknik *non probability sampling* dengan pendekatan *purposive sampling*. Hasil penelitian membuktikan bahwa *customer satisfaction*, *switching cost* dan *trust in brand* secara parsial memiliki pengaruh positif terhadap *customer retention*. Hal tersebut menunjukkan semakin tinggi *customer satisfaction*, *switching cost* dan *trust in brand* akan menyebabkan peningkatan *customer retention* terhadap layanan kartu perdana Telkomsel. Hasil analisis koefisien determinasi menunjukkan bahwa 58% *customer retention* dipengaruhi oleh *customer satisfaction*, *switching cost* dan *trust in brand*. Sedangkan sisanya 42% dipengaruhi oleh variabel lain diluar model atau persamaan, seperti kualitas pelayanan, kualitas produk dan lain-lain.

Kata kunci: *customer satisfaction*, *switching cost*, *trust in brand* dan *customer retention*

ABSTRACT

This research aims to analyze the influence of customer satisfaction, switching cost and trust in brand partially on customer retention. The population in this research are all students of Management Economic Faculty, Muhammadiyah Jember University, amounted to 1.697 students. The samples used were 100 respondents, using the technique of non-probability sampling with purposive sampling approach. The results of this research prove that customer satisfaction, switching cost and trust in brand partially have a positive impact on customer retention. It showed that the higher customer satisfaction, switching cost and trust in the brand, it will cause an increase in customer retention. Coefficient determination analysis shows that 58% of customer retention influenced by customer satisfaction, switching cost and trust in brand. While the remaining 42% is influenced by other variables outside the model or equation, like price, product quality, service quality and others.

Key words: customer satisfaction, switching cost, trust in brand and customer retention

DAFTAR TABEL

Tabel 2.1. Hubungan Sikap Relatif pada Pembelian Ulang.....	15
Tabel 2.2 Ringkasan Penelitian Terdahulu	17
Tabel 4.1. Jenis Kelamin Responden.....	38
Tabel 4.2. Usia Responden.....	38
Tabel 4.3. Frekuensi Responden Terhadap Indikator dari <i>Customer Satisfaction</i>	39
Tabel 4.4. Frekuensi Responden Terhadap Indikator dari <i>Switching Cost</i>	40
Tabel 4.5. Frekuensi Responden Terhadap Indikator dari <i>Trust in Brand</i>	41
Tabel 4.6. Frekuensi Responden Terhadap Indikator dari <i>Customer Retention</i>	42
Tabel 4.7. Hasil Uji Validitas.....	43
Tabel 4.8. Hasil Uji Reliabilitas.....	44
Tabel 4.9. Hasil Analisis Regresi Linier Berganda.....	44
Tabel 4.10. Hasil Uji Multikolinearitas.....	46
Tabel 4.11. Hasil Uji Normalitas	48
Tabel 4.12. Hasil Uji Hipotesis.....	48
Tabel 4.13. Hasil Uji Koefisien Determinasi	49

DAFTAR GAMBAR

Gambar 1.1. Pangsa Pasar Operator Di Indonesia Tahun 2015	2
Gambar 1.2. Total Customer Base 2013-2015.....	3
Gambar 2.1. Kerangka Konseptual	19
Gambar 4.1. Hasil Uji Heteroskedastisitas	47

DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran 1. Kuisisioner Penelitian	59
Lampiran 2. Rekapitulasi Data Kuisisioner Input.....	62
Lampiran 3. Output SPSS 21 : Frekuensi Pernyataan Responden.....	64
Lampiran 4. Output SPSS 21 : Uji Instrumen Data	69
Lampiran 5. Output SPSS 21 : Regresi, Uji Asumsi Klasik & Uji Hipotesis.....	76