



**PENGARUH KEPERCAYAAN MEREK, KEPUASAN KONSUMEN, DAN
SWITCHING COST TERHADAP LOYALITAS PELANGGAN**
(Studi Kasus Pada Mahasiswa Pengguna Handphone Merek Samsung
Prodi Manajemen Fakultas Ekonomi di 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:

Lufi Khusnul Khotimah

NIM. 13.10.411.045

**FAKULTAS EKONOMI
UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH JEMBER**

MARET, 2017

PERNYATAAN

Saya yang bertanda tangan di bawah ini:

Nama : **LUFİ KHUSNUL KHOTİMAH**

Nim : **13.10.411.045**

Prodi : Manajemen

Menyatakan dengan sebenar-benarnya bahwa karya ilmiah berupa skripsi yang berjudul: **Pengaruh Kepercayaan Merek, Kepuasan Konsumen, Dan *Switching Cost* Terhadap Loyalitas Pelanggan (Studi Kasus Pada Mahasiswa Pengguna Handphone Merek Samsung Prodi Manajemen Fakultas Ekonomi di 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 isinya, sesuai sikap ilmiah.

Demikian pernyataan ini saya buat dengan sebenarnya, tanpa adanya tekanan dan paksaan dari pihak manapun, serta saya bersedia mempertanggung jawabkan apabila ada pihak-pihak yang dirugikan dengan adanya substansi yang tidak saya sebutkan sumbernya dan tidak sesuai dengan kebenarannya.

Jember, Maret 2017

Yang Menyatakan,

Lufi Khusnul Khotimah

NIM. 13.10.411.045

PERSETUJUAN SKRIPSI



PENGARUH KEPERCAYAAN MEREK, KEPUASAN KONSUMEN, DAN *SWITCHING COST* TERHADAP LOYALITAS PELANGGAN

(Studi Kasus Pada Mahasiswa Pengguna Handphone Merek Samsung
Prodi Manajemen Fakultas Ekonomi di Universitas Muhammadiyah Jember)

SKRIPSI

Oleh:

Lufi Khusnul Khotimah

NIM. 13.10.411.045

Pembimbing:

Dosen Pembimbing Utama : Trias Setyowati, SE, SH, MM

Dosen Pembimbing Pendamping : Feti Fatimah, SE, MM

PENGESAHAN

Skripsi berjudul: **Pengaruh Kepercayaan Merek, Kepuasan Konsumen, Dan *Switching Cost* Terhadap Loyalitas Pelanggan (Studi Kasus Pada Mahasiswa Pengguna Handphone Merek Samsung Prodi Manajemen Fakultas Ekonomi di Universitas Muhammadiyah Jember)**, telah diuji dan disahkan oleh Fakultas Ekonomi Universitas Muhammadiyah Jember pada:

Hari : Jum'at

Tanggal : 17 Maret 2017

Tempat : Fakultas Ekonomi Universitas Muhammadiyah Jember

Tim Penguji,

Maheni Ika Sari, SE, MM
NIP 19770 811 2005 01 2001

Anggota 1,

Anggota 2,

Trias Setyowati, SE, SH, MM
NPK 05 09 477

Feti Fatimah, SE, MM
NPK 07 09 622

Mengesahkan :

Dekan,

Ketua Jurusan

Dr. Arik Susbivani, M.Si
NPK 01 09 289

Drs. Anwar, M.Sc
NPK 85 03 125

MOTTO

“Boleh jadi kamu membenci sesuatu, padahal ia amat baik bagimu. Dan boleh jadi kamu mencintai sesuatu, padahal ia amat buruk bagi kamu. Allah Maha mengetahui sedangkan kamu tidak mengetahui”.

(Q. S. Al-Baqarah : 216)

“Allah tidak membebani seseorang itu melainkan sesuai dengan kesanggupannya”.

(Q. S. Al-Baqarah : 286)

“Wahai orang-orang yang beriman mintalah pertolongan melalui sabar dan sholat, sesungguhnya Allah bersama orang-orang yang sabar. Dan benar-benar akan kami uji kamu dengan sedikit ketakutan, kelaparan, dan kekurangan buah-buahan, dan berilah kabar gembira bagi orang-orang yang sabar, (yaitu) yang apabila mereka tertimpa musibah mereka mengatakan “Sesungguhnya kami adalah milik Allah dan kepada-Nya kami kembali”.

(Q. S. Al-baqarah :155-156)

PERSEMBAHAN

Alhamdulillah puji syukur saya panjatkan kepada Allah SWT yang telah melimpahkan karunia-Nya, nikmat kesehatan, pemahaman, dan kasih-Nya kepadaku dala mengerjakan skripsi ini, dan tidak lupa saya ucapkan banyak terimakasih kepada semua yang telah membantu saya dalam menyelesaikan tugas akhir. Skripsi ini saya persembahkan, diantaranya :

1. Allah SWT yang telah memberikan hidayah dan karunia-Nya sehingga saya, dapat menyelesaikan skripsi tepat pada waktunya.
2. Untuk kedua orang tuaku, bapak Sutrisno dan ibu Suwartini, yang selama ini mendidik, membimbingku, dan tiada hentinya menyayangiku, serta selalu menuntunku ke jalan dunia dan akhirat. Mereka adalah penguat hati dan langkahku di dunia dan akhirat.
3. Untuk keluarga besarku yang selama ini juga mendidik dan menyayangiku.
4. Untuk seseorang yang setia menemaniku dan menyayangiku Yoga Eka Septiyono
5. Untuk teman-teman seangkatan dan seperjuangan Manajemen 2013.

KATA PENGANTAR

Assalamu'alaikum warahmatullahi wabarakatuh

Alhamdulillahirobbilalamin, banyak nikmat yang Allah berikan tetapi sedikit yang kita ingat. Segala puji syukur kepada Allah SWT atas segala berkah, rahmat, taufik serta hidayah-Nya yang tidak terkira besarnya sehingga penulis dapat menyelesaikan skripsi dengan judul “Pengaruh Kepercayaan Merek, Kepuasan Konsumen, dan *Switching Cost* Terhadap Loyalitas Pelanggan”.

Maksud dan tujuan dari penulisan dan penyusunan skripsi ini untuk memenuhi salah satu syarat dalam memperoleh gelar Sarjana ekonomi (SE) pada Program Studi Manajemen (S1) Fakultas ekonomi Universitas Muhammadiyah Jember. Dalam penyusunannya, penulis memperoleh banyak bantuan dari berbagai pihak, karena itu penulis mengucapkan terimakasih yang sebesar-besarnya kepada:

1. Dr. Arik Susbiyani, S.E., M.Si. selaku dekan Fakultas Ekonomi Universitas Muhammadiyah Jember yang telah memberikan ijin penelitian kepada penulis.
2. Drs. Anwar, M.Si. selaku Ketua Program studi Manajemen fakultas Ekonomi Universitas Muhammadiyah Jember yang telah memberikan ijin penelitian kepada penulis.
3. Trias Setyowati, S.E., M.M. selaku Dosen Pembimbing I dan Feti Fatimah, S.E., M.M. selaku Dosen Pembimbing II yang telah memberikan bimbingan, saran, bantuan dan pengarahan sehingga tersusunnya skripsi ini.
4. Maheni Ika Sari, S.E., M.M. selaku Dosen Penguji skripsi yang bersedia memberikan saran, bimbingan, dan arahan yang bermanfaat demi kesempurnaan skripsi ini.

5. Seluruh staff pengajar/dosen Fakultas Ekonomi Universitas Muhammadiyah Jember yang telah memberikan segenap ilmunya kepada penulis, khususnya Staff Pengajar Jurusan Manajemen.
6. Terimakasih bapak dan ibu ku tercinta dan tersayang, terimakasih untuk do'a yang tiada pernah putus di setiap helai nafas, untuk cinta dan kasih sayang yang tidak akan pernah tergantikan.
7. Untuk Yoga Eka Septiyono yang telah memotivasi dan mendampingiku selama ini.
8. Teman-teman seperjuangan Prodi Manajemen angkatan 2013 yang telah memberikan semangat dan dukungan.
9. Untuk Almamaterku, Universitas Muhammadiyah Jember khususnya Prodi Manajemen Fakultas Ekonomi.
10. Semua pihak yang tidak bisa disebutkan semua namanya yang telah membantupenulis dalam menyelesaikan skripsi ini.

Dari sanalah semua kesuksesan ini berawal, semoga semua ini bisa memberikan sedikit kebahagiaan menuntun pada langkah yang lebih baik lagi. Meskipun penulis berharap isi dari skripsi ini bebas dari kekuarangan dan kesalahn, namun selalu ada kekurangan. Oleh karena itu, penulis mengahrapkan kritik dan saran yang membangu agar skripsi ini dapat lebih baik lagi. Akhir kata penulis berharap agar skripsi ini bermanfaat bagi pembaca.

Jembr, Maret 2017

Penyusun

Lufi Khusnul Khotimah

DAFTAR ISI

	Halaman
HALAMAN JUDUL	i
HALAMAN PERNYATAAN	ii
HALAMAN PERSETUJUAN	iii
HALAMAN PENGESAHAN	iv
HALAMAN MOTTO	v
PERSEMBAHAN	vi
ABSTRAK	vii
ABSTRACT	viii
KATA PENGANTAR	x
DAFTAR ISI	xi
DAFTAR TABEL	xiv
DAFTAR GAMBAR	xv
DAFTAR LAMPIRAN	xvi
BAB 1. PENDAHULUAN	1
1.1 Latar Belakang Masalah.....	1
1.2 Rumusan Masalah	6
1.3 Tujuan dan Kegunaan Penelitian.....	6
1.3.1 Tujuan Penelitian	6
1.3.2 Kegunaan Penelitian	7
BAB 2. TINJAUAN PUSTAKA	8
2.1 Landasan Teori.....	8
2.1.1 Definisi Pemasaran	8
2.1.2 Definisi Manajemen Pemasaran	9
2.1.3 Loyalitas Pelanggan.....	9

2.1.4 Kepercayaan Merek	12
2.1.5 Kepuasan Konsumen	13
2.1.6 <i>Switching Cost</i>	16
2.2 Tinjauan Penelitian Terdahulu	17
2.3 Kerangka Konseptual	23
2.4 Hipotesis.....	24
BAB 3. METODE PENELITIAN.....	27
3.1 Identifikasi Variabel Penelitian.....	27
3.2 Definisi Operasional Variabel.....	28
3.3 Desain Penelitian.....	30
3.4 Jenis Data	31
3.5 Teknik Pengambilan Sampel.....	31
3.6 Teknik Pengumpulan Data	33
3.7 Teknik Analisis Data.....	34
3.7.1 Uji Instrumen Penelitian	34
3.7.1.1 Uji Validitas	34
3.7.1.2 Uji Reliabilitas	34
3.7.2 Analisis Regresi Linier Berganda.....	35
3.7.3 Uji Asumsi Klasik.....	35
3.7.3.1 Uji Multikolinieritas.....	35
3.7.3.2 Uji Heteroskedastisitas.....	36
3.7.3.3 Uji Normalitas.....	36
3.7.4 Uji Hipotesis	37
3.7.5 Koefisien Determinasi (R ²).....	37
BAB 4. HASIL DAN PEMBAHASAN.....	38
4.1 Gambaran Umum Objek Penelitian	38
4.2 Gambaran Umum Responden	43
4.3 Deskriptif Variabel Penelitian.....	47
4.4 Hasil Analisis Data.....	55

4.4.1 Uji Instrumen Penelitian	55
4.4.1.1 Uji Validitas	55
4.4.1.2 Uji Reliabilitas	57
4.4.2 Analisis Regresi Linier Berganda	58
4.4.3 Uji asumsi Klasik.....	60
4.4.3.1 Uji Multikolinearitas	60
4.4.3.2 Uji Heterokedastisitas	61
4.4.3.3 Uji Normalitas.....	62
4.4.4 Uji Hipotesis	63
4.4.5 Uji Koefisien determinasi	64
4.5 Pembahasan.....	65
BAB 5. KESIMPULAN DAN SARAN.....	68
5.1 Kesimpulan.....	68
5.2 Saran	69

DAFTAR PUSTAKA

LAMPIRAN

DAFTAR TABEL

Tabel 1.1	: Laporan Penjualan Handphone di Indonesia.....	5
Tabel 2.1	: Ringkasan Penelitian Terdahulu.....	21
Tabel 4.1	: Berdasarkan Jenis Kelamin Responden	43
Tabel 4.2	: Berdasarkan Usia Responden.....	44
Tabel 4.3	: Berdasarkan Tipe Handphone	45
Tabel 4.4	: Berdasarkan Lama Pemakaian	46
Tabel 4.5	: Frekuensi Responden Terhadap Kepercayaan Merek	47
Tabel 4.6	: Frekuensi Responden Terhadap Kepuasan Konsumen	49
Tabel 4.7	: Frekuensi Responden Terhadap <i>Switching Cost</i>	51
Tabel 4.8	: Frekuensi Responden Terhadap Loyalitas Pelanggan.....	53
Tabel 4.9	: Hasil Uji Validitas	56
Tabel 4.10	: Hasil uji reliabilitas	57
Tabel 4.11	: Hasil Analisis Regresi Linier Berganda	58
Tabel 4.12	: Hasil Uji Multikolinearitas	60
Tabel 4.13	: Hasil Uji Hipotesis	63
Tabel 4.14	: Hasil Uji Koefisien Determinasi (R^2)	64

DAFTAR GAMBAR

Gambar 2.1	: Konsep Kepuasan Onsumen	15
Gambar 2.2	: Kerangka Konseptual	23
Gambar 4.1	: Struktur Organisasi PT. SEIN	42
Gambar 4.2	: Hasil Uji Heterokedastisitas	61
Gambar 4.7	: Hasil Uji Normalitas	62

DAFTAR LAMPIRAN

- LAMPIRAN 1 : Pengantar Kuesioner
- LAMPIRAN 2 : Petunjuk Pengisian Kuesioner Penelitian dan Hasil Kriteria Penelitian
- LAMPIRAN 3 : Kuesioner Penelitian
- LAMPIRAN 4 : Rekapitulasi Kuesioner
- LAMPIRAN 5 : Frekuensi Pernyataan Responen
- LAMPIRAN 6 : Hasil Uji Validitas
- LAMPIRAN 7 : Hasil Uji Reliabilitas
- LAMPIRAN 8 : Hasil Uji Resgresi, Uji Asumsi Klasik, Dan Uji Hipotesis
- LAMPIRAN 9 : Tabel r
- LAMPIRAN 10 : Tabel t

DAFTAR PUSTAKA

- Abdul, Aziz Ruslan. 2012. *“Pengaruh Iklan Dan Harga Terhadap Keputusan Pembelian Handphone Dual Simcard Buatan Cina Pada Mahasiswa Fakultas Ekonomi Universitas Negeri Yogyakarta”*. (Jurnal Penelitian Tidak Dipublikasikan).
- Abror, Firman, dan Sylvia Deawita. 2013. *“Pengaruh Kepercayaan Dan Switching Cost Terhadap Loyalitas”*. Jurnal Kajian Manajemen Bisnis Volume 2, Nomor 1, Maret
- Afzal, Hasan, Muhammad Aslam Khan, Kashif ur Rehman, Imran Ali, Sobia Wajahat. 2010. *“Consumer’s Trust in the Brand: Can it Be Built through Brand Reputation, Brand Competence and Brand Predictability”*. International Business Research Vol 3 No. 1 Januari 2010
- Agustina, Vina. 2012. *“Analisis Pengaruh Kualitas Pelayanan, Kepuasan Pelanggan, dan Nilai Pelanggan dalam Meningkatkan Loyalitas Pelanggan”*. Jurnal skripsi Universitas Diponegoro Semarang. (Jurnal Penelitian Tidak Dipublikasikan).
- Alma, Buchari. 2005. *“Manajemen Pemasaran dan Pemasaran Jasa”*. Bandung: CV. Alfabeta.
- Anwar, Ayu Ardhillah. 2013. *“Analisis Perspektif Stakeholder Terhadap Implementasi Corporate Social Responsibility (Csr)”*. Jurnal skripsi Universitas Hasanuddin Makassar. (Jurnal Penelitian Tidak Dipublikasikan).
- Arikunto, Suharsimi. 2006. *“Prosedur Penelitian Suatu Pendekatan Praktik”*. Jakarta: Rineka Cipta.
- Bastian, Dani Alexander. 2014. *“Analisis Pengaruh Citra Merek (Brand Image) Dan Kepercayaan Merek (Brand Trust) Terhadap Loyalitas Merek (Brand Lyalty)”*. Jurnal Manajemen Pemasaran Petra Vol. 2, No. 1, (2014) 1-9
- Buana, Faisal Rangga. 2011 . *“Pengaruh Kepercayaan Merek, Presepsi Switching Cost, Dan Kepuasan Konsumen Terhadap Loyalitas”*. Jurnal skripsi Universitas Diponegoro Semarang. (Jurnal Penelitian Tidak Dipublikasikan).

- Budiyono. 2009. *“Statistika untuk Penelitian Edisi ke-2”*. Surakarta: Sebelas Maret University Press
- Dharma, Kusuma Kelana. 2011. *“Metodologi Penelitian Keperawatan : Panduan Melaksanakan dan Menerapkan Hasil Penelitian”*. Jakarta: Trans Info Media.
- Ellena, Frieda. 2011. *“Analisis Pengaruh Kepercayaan, Komitmen, Komunikasi, dan Penanganan Keluhan Terhadap Loyalitas Nasabah (Studi Pada Nasabah PT. BRI (Persero) Tbk. Cabang Pematang Siantar)”*. Skripsi. Semarang: Fakultas Ekonomi UNDIP. (Jurnal Penelitian Tidak Dipublikasikan).
- Erna, Ferrina Dewi. 2008. *“Merek & Psikologi Konsumen”*. Edisi Pertama, Cetakan Pertama. Yogyakarta : Graha Ilmu.
- Ferdinand, Augusty. 2006. *“Metode Penelitian Manajemen: Pedoman Penelitian untuk skripsi, Tesis dan Disertai Ilmu Manajemen”*. Semarang: Universitas Diponegoro. (Jurnal Penelitian Tidak Dipublikasikan).
- Ghozali, Imam. 2006. *“Aplikasi Analisis Multivariate Dengan Program SPSS Cetakan Keempat”*. Semarang: Badan Penerbit Universitas Diponegoro
- Griffin, Jill. 2005. *“Customer Loyalty: Menumbuhkan dan Mempertahankan Kesetiaan Pelanggan”*. Jakarta: Erlangga
- Harsono, Mohammad. *“Pengaruh Relationship Marketing Terhadap Loyalitas Melalui Kepercayaan dan Komitmen Nasabah BRI Pahlawan Surabaya.”*. Pasca Sarjana Universitas Airlangga TE.07/06 Har P.2005
- Hasan, Ali. 2008. *“Marketing”*. Yogyakarta: Media Utama
- Husein, Umar. 2003, *“Metodologi Penelitian Untuk Skripsi dan Tesis Bisnis”*. Jakarta: PT. Gramedia Pustaka.
- Kartajaya, Hermawan. 2006. *“Hermawan Kartajaya on Marketing”*. Jakarta: Gramedia Pustaka Utama.
- Kotler, Philip. 2006. *“Manajemen Pemasaran Edisi 11”*. Jakarta: PT. Indeks
- Kotler dan Keller. 2009. *“Manajemen Pemasaran”*. Jilid I. Edisi ke 13. Jakarta: Erlangga
- Kumalasari, Vika. 2016 . *“Analisis Atribut Produk, Harga, Kepercayaan, Dan Citra Merek Terhadap Loyalitas Pelanggan”*. (Jurnal Penelitian Tidak Dipublikasikan).

- Lupiyoadi, Rambat. 2008. *“Manajemen Pemasaran Jasa edisi 2”*. Jakarta: Salemba Empat
- Nafisatin, Laili Ika. 2016. *“Analisis Pengaruh Kualitas Layanan, Komitmen Pelanggan Dan Kepercayaan Terhadap Loyalitas Pelanggan”*. (Jurnal Penelitian Tidak Dipublikasikan).
- Ningsih, Sri Minarti. 2012 . *“Pengaruh Customer Satisfaction, Switching Cost, Dan Trust In Brand Terhadap Customer Loyalty”*. Jurnal Skripsi Universitas Gunadarma. (Jurnal Penelitian Tidak Dipublikasikan).
- Oktavia N, Silviyana. 2016. *“Pengaruh Kualitas Pelayanan, Kepuasan, Dan Lokasi Terhadap Loyalitas Pelanggan”*.
- Porter, M. 1998. *Competitive Strategy: Techniques for Analyzing Industries and Competitors*, New York :The Free Press.
- Priyatno, 2010. *“Teknik Mudah dan Cepat Melakukan Analisis Data Penelitian dengan SPSS dan Tanya Jawab Ujian Pendadaran”*. Gaya Media, Yogyakarta.
- Santoso, Singgih. 2000. *“Buku Latihan SPSS Statistik Parametrik”*. Jakarta: PT. Elex Media Komputindo Gramedia.
- Saputra, Dexo Frendi. 2014. *“Pengaruh Brand Trust Dan Customer Satisfaction Terhadap Loyalitas Konsumen Handphone Merek Samsung”*. Proposal penelitian Universitas Bengkulu. (Jurnal Penelitian Tidak Dipublikasikan).
- Setyawan, Puguh. 2013. *“Pengaruh Kepercayaan, Komitmen, Harga, Dan Keluhan Pelanggan Terhadap Loyalitas Pelanggan”*. Naskah Publikasi Universitas Muhammadiyah Surakarta. (Jurnal Penelitian Tidak Dipublikasikan).
- Shimp, Terence A. (2003). *“Periklanan Promosi dan Aspek Tambahan Komunikasi Pemasaran Terpadu”*. Jilid Satu Edisi Kelima. Alih Bahasa Revyani Sjahrial. Jakarta: Erlangga.
- Sugiyono. (2010). *“Metode Penelitian Kuantitatif Kualitatif & RND”*. Bandung: Alfabeta
- Suharni. 2009. *”Analisis Pengaruh Keterlibatan Konsumen, Kepercayaan Terhadap Merek, Dan Kepuasan, Terhadap Loyalitas Pelanggan”*. Jurnal Universitas Islam Negeri Syarif Hidayatullah Jakarta. (Jurnal Penelitian Tidak Dipublikasikan).
- Sunarto. 2006. *“Pengantar Manajemen Pemasaran”*. Cet. 1. Yogyakarta : Ust Press.

- Supriyanto, Yuda. 2012. "*Analisis Pengaruh Kualitas Pelayanan, harga, Dan Fasilitas Terhadap Kepuasan Pasien Rawat Jalan Di Rumah Sakit Kariadi Semarang*". (Jurnal Penelitian Tidak Dipublikasikan).
- Tjahyadi, Rully Arlan. 2006. "*Brand Trust Dalam Konteks Loyalitas Merek: Peran Karakteristik Merek, Karakteristik Perusahaan, Dan Karakteristik Hubungan Pelanggan-Merek*". Jurnal Manajemen, Vol. 6, No. 1, Nov 2006
- Tjiptono, Fandy. 2007. "*Strategi Pemasaran*". Edisi ke dua. Yogyakarta: Andi
- Tunggal, Amin Widjaja. 2008. "*Audit Manajemen*". Jakarta: Rineka Cipta.
- Umar, Husein. 2005. "*Metode Penelitian*". Jakarta : Salemba Empat
- Utomo, Priyanto Doyo. 2006. "*Analisis Terhadap Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Loyalitas Konsumen Pada Operator Telepon Seluler*". Thesis: Universitas Gadjah Mada. (Jurnal Penelitian Tidak Dipublikasikan).
- Wijayanti, Ari. 2008. "*Strategi Meningkatkan Loyalitas Melalui Kepuasan Pelanggan (Studi kasus : Produk Kartu Selular PraBayar Mentari-Indosat Wilayah Semarang)*". Jurnal. Program Studi Manajemen Universitas Diponegoro. (Jurnal Penelitian Tidak Dipublikasikan).
- Wobowo, Ari. 2013. "*Analisis Pengaruh Switching Cost, Atractiveness Of Alternative, Interpersonal Relationship, Dan Service Recovery Terhadap Repurchase Intention*". Jurnal Universitas Islam Negeri Syarif Hidayatullah Jakarta. (Jurnal Penelitian Tidak Dipublikasikan).
- Zamroni, Muhammad. 2009. "*Analisis Pengaruh Customer Satisfaction Dan Trust Terhadap Customer Loyalty Dan Pengaruh Switching Cost Sebagai Variabel Moderator*". Skripsi Universitas Sebelas Maret Surakarta. (Jurnal Penelitian Tidak Dipublikasikan).

Sumber Internet :

<http://www.solopos.com/2016/04/28/penjualan-smartphone-samsung-tetap-nomor-1-inilah-daftar-ponsel-terlaris-714696> (Di akses pada tanggal 03 oktober 2016, 07:16)

<http://id.news.qa1p.global.media.yahoo.com/idc:-apple-dan-samsung-berbeda-035633741.html> (Di akses pada tanggal 03 oktober, 08:35)

<http://repository.widyatama.ac.id/> (Di akses pada tanggal 16 November 2016, 15:46)

<http://pengertian-pengertian-info.blogspot.co.id/2015/11/pengertian-kepercayaan-trust-menurut.html> (Di akses pada tanggal 20 Desember 2016, 21:14)

<http://eprints.uny.ac.id/> (Di akses pada tanggal 16 November 2016, 15:52)