

ABSTRAK

Perumusan masalah dalam penelitian ini adalah apakah kepercayaan merek, kepuasan konsumen, dan *switching cost* berpengaruh terhadap loyalitas konsumen. Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui : (1) pengaruh kepercayaan merek terhadap loyalitas pelanggan. (2) pengaruh kepuasan konsumen terhadap loyalitas pelanggan. (3) pengaruh *switching cost* terhadap loyalitas pelanggan. Sampel dalam penelitian ini sejumlah 77 responden. Jenis penelitian deskriptif kuantitatif dengan menggunakan metode pengambilan sampel *accidental sampling* dengan sampel 77 responden. Adapun sifat dari penelitian adalah penjelasan (*explanatory*). Dari hasil analisis regresi linier berganda menggunakan spss versi 20 diperoleh nilai koefisiensi variabel kepercayaan merek, kepuasan konsumen, *switching cost* dengan arah positif. Hasil uji spss versi 20 yang di peroleh menunjukkan bahwa variabel kepercayaan merek, kepuasan konsumen, dan *switching cost* mempunyai pengaruh positif dan signifikan terhadap loyalitas pelanggan secara parsial.

Kata Kunci : Kepercayaan Merek, Kepuasan Konsumen, *Switching Cost*, Loyalitas pelanggan.

ABSTRACT

The formulation of the problem in this study is whether the trust brand, consumer satisfaction, and switching cost effect on consumer loyalty. This study aims to determine: (1) the effect of brand trust on customer loyalty. (2) the impact of customer satisfaction on customer loyalty. (3) the effect of switching cost to customer loyalty. The sample in this study a number of 77 respondents. Type a descriptive quantitative research using sampling methods accidental sampling with a sample of 77 respondents. As for the nature of the research is the explanation (explanatory). From the results of multiple linear regression analysis using SPSS version 20 variable coefficient values obtained brand trust, consumer satisfaction, switching cost to the positive direction. SPSS version 20 test results were obtained showed that the variables of brand trust, consumer satisfaction, and switching cost has a positive and significant impact on customer loyalty partially.

Keywords : Brand Trust, Customer Satisfaction, Switching Cost, Customer Loyalty.