



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

**Mahasiswa/i FE Prodi Manajemen UNMUH Jember Tahun Angkatan 2014**

**Pengguna produk Data seluler Telkomsel 4G**

**SKRIPSI**

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

**Oleh :**

**Titis Kasih Marisa**

**NIM. 1410411231**

**FAKULTAS EKONOMI  
UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH JEMBER**

**MEI 2018**

## PERNYATAAN

Saya yang bertanda tangan di bawah ini:

Nama : Titis Kasih Marisa

NIM : 1410411231

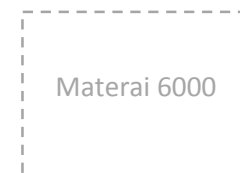
Prodi : Manajemen Ekonomi

Menyatakan dengan sebenar-benarnya bahwa karya ilmiah berupa skripsi yang berjudul : **PENGARUH *CUSTOMER SATISFACTION*, *SWITCHING COST* DAN *TRUST IN BRAND* TERHADAP *CUSTOMER LOYALTY* Mahasiswa/i FE Prodi Manajemen UNMUH Jember Tahun Angkatan 2014 Pengguna produk Data seluler Telkomsel 4G** 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, 28 Mei 2018

Yang menyatakan,



Titis Kasih Marisa

NIM. 1410411231

SKRIPSI

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

**Mahasiswa/i FE Prodi Manajemen UNMUH Jember Tahun Angkatan 2014**

**Pengguna produk Data seluler Telkomsel 4G**



Oleh:

Titis Kasih Marisa  
NIM. 1410411231

Pembimbing:

Dosen Pembimbing Utama : Drs. M. Naely Azhad. MSi

Dosen Pembimbing Pendamping : Budi Santoso. SE., MM., M.Ak

## PENGESAHAN

Skripsi berjudul : **PENGARUH *CUSTOMER SATISFACTION*, *SWITCHING COST* DAN *TRUST IN BRAND* TERHADAP *CUSTOMER LOYALTY***  
**Mahasiswa/i FE Prodi Manajemen UNMUH Jember Tahun Angkatan 2014**  
**Pengguna produk Data seluler Telkomsel 4G** telah diuji dan disahkan oleh  
Fakultas Ekonomi Universitas Muhammadiyah Jember pada:

Hari : Rabu  
Tanggal : 23 Mei 2018  
Tempat : Fakultas Ekonomi Universitas Muhammadiyah Jember

Tim Penguji,

Seno Sumowo, SE., Msi  
NPK 01 09 288

Anggota I,

Anggota II,

Drs. M.Naely Azhad,. Msi  
NIP 19661 231 1990 03 1006

Budi Santoso, SE,. MM,. MAk  
NPK 07 09 107

Mengesahkan:

Dekan,

Ketua Program Studi,

Dr. ArikSusbiyani, M.Si.  
NPK 01 09 289

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

## MOTTO

اللَّهُ سَبِيلٌ فِيهِ فَهُوَ الْعِلْمُ طَلَبٌ فِيهِ جَزَاءٌ مَنْ

“Barang siapa keluar untuk mencari ilmu maka dia berada di jalan Allah “

(HR.Turmudzi)

مَنْ سَنَّ فِي الْإِسْلَامِ سُنَّةً حَسَنَةً فَلَهُ أَجْرٌ هُوَ أَجْرُ مَنْ عَمِلَ بِعَدِّهِ مِنْ غَيْرِهِ  
أَنْ يَنْقُصَ مِنْ أَجْرِ رِجَالِهِ شَيْءٌ وَمَنْ سَنَّ فِي الْإِسْلَامِ سُنَّةً سَيِّئَةً كَانَ عَلَيْهِ  
وِزْرُهَا وَوِزْرُ مَنْ عَمِلَ بِهَا مِنْ بَعْدِهِ مِنْ غَيْرِهِ أَنْ يَنْقُصَ مِنْ أَوْزَارِهِمْ شَيْءٌ

Barang siapa yang melakukan perbuatan baik, ia akan mendapatkan pahala (dalam perbuatan itu) dan pahala orang yang menirunya tidak di kurangi pahalanya sedikitpun. Dan barang siapa yang melakukan perbuatan yang jelek, ia akan menanggung dosa dan orang-orang yang menirunya dengan tidak di kurangi dosanya sedikitpun.

(HR.imam muslim)

*“There's always more to thank for than to complain about. Alhumdulillah”*

Selalu ada lebih banyak hal yang patut untuk disyukuri daripada mengeluh. **Alhamdulillah.**

*“Don't think of the things you didn't get after praying. Think of the countless blessings God gave you without asking”*

Jangan memikirkan hal-hal yang tidak kamu dapatkan setelah berdoa. Pikirkanlah nikmat yang tak terhitung jumlahnya yang Allah berikan kepadamu tanpa kamu memintanya.

## **PERSEMBAHAN**

Atas rahmat dan karunia Allah SWT, dengan rasa tulus dan rendah hati karya tulis ini aku persembahkan kepada:

1. Atas ALLAH SWT segala rahmat dan hidayah-Nya yang sangat berlimpah serta kesempatan dan kemudahan yang diberikanNya sehingga saya dapat menjalani semuanya dengan baik dalam keadaan sehat walafiat.
2. Orang tua saya Bapak Karmono dan Ibu Sihatin yang telah memberikan kasih sayang dengan berselimutkan doa dari kalian dan selalu menasehatiku untuk menjadi lebih baik, menjadi pribadi yang tegar dan pantang menyerah dan harus penuh syukur dalam segala takdir yang telah ditetapkan oleh ALLAH SWT. Dan juga segala pengorbanan financial ataupun non financial yang tiada terhingga yang tiada mungkin dapat kubalas hanya dengan secarik kertas yang bertuliskan kata cinta dan persembahan.
3. Untuk saudara-saudaraku dan teman-temanku yang selalu membuatku termotivasi, memberi semangat dan selalu menyirami kasih sayang, tidak hentinya memberiku semangat, menasehatiku dan medoakanku agar menjadi pribadi yang lebih baik.
4. Almamaterku Universitas Muhamadiyah Jember yang selalu aku banggakan.

## ABSTRAK

Tingginya persaingan di dunia usaha membuat perusahaan semakin gencar membuat inovasi-inovasi baru guna melawan ketatnya persaingan untuk memperoleh konsumen. Tingkat kesuksesan perusahaan dipengaruhi dengan seberapa besar *customer loyalty* yang dirasakan melalui *customer satisfaction*, *switching cost*, dan *trust in brand* dalam persepsi konsumen yang *loyal*. Tujuan penelitian untuk mengetahui *customer satisfaction*, *switching cost*, dan *trust in brand* secara parsial terhadap *customer* yang *loyal*. Objek penelitian ini adalah pengguna data seluler Telkomsel 4G prabayar. populasi penelitian adalah mahasiswa/i universitas muhamadiyyah Jember fakultas ekonomi program studi manajemen tahun angkatan 2014 dan sampel penelitian sebanyak 77 responden. Alat analisis menggunakan analisis regresi linear berganda. Hasil penelitian menunjukkan *customer satisfaction*, *switching cost* dan *trust in brand* memiliki pengaruh positif dan negatif baik secara parsial terhadap *customer loyalty*. Pihak manajemen sebaiknya memperhatikan harapan dan penilaian konsumen agar terciptanya *customer* yang *loyal* dalam menggunakan data seluler prabayar.

**Kata kunci:** *Customer satisfaction*, *switching cost*, *trust in brand* dan *customer loyalty*.

## **ABSTRACT**

*The high competition in the business world makes the company more incentive to create new innovations in order to fight the tight competition to get consumers. The success rate of the company is influenced by how much customer loyalty is perceived through customer satisfaction, switching cost, and trust in brand in loyal consumer perceptions. The purpose of research to know customer satisfaction, switching cost, and trust in brand partially to loyal customer. The object of this research is Telkomsel 4G prepaid mobile data users. the study population is a student of juh muhamadiyyah jember faculty of economics management study program year 2014 and research sample counted 77 respondents. The analytical tool uses multiple linear regression analysis. The results show customer satisfaction, switching cost and trust in brand have positive and negative influence either partially to customer loyalty. The management should pay attention to the expectation and assessment of the consumer in order to create a loyal customer in using prepaid cellular data.*

*Keywords: Customer satisfaction, switching cost, trust in brand and customer loyalty*



## KATA PENGANTAR

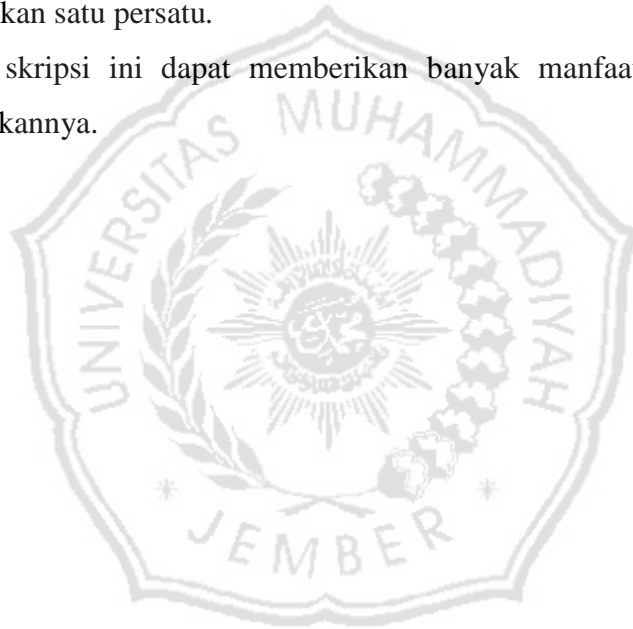
Segala puji dan syukur penulis panjatkan kepada Tuhan Yang Maha Esa atas limpahan rahmat dan karuniaNya sehingga skripsi yang berjudul “PENGARUH *CUSTOMER SATISFACTION*, *SWITCHING COST* DAN *TRUST IN BRAND* TERHADAP *CUSTOMER LOYALTY* Mahasiswa/i FE Prodi Manajemen UNMUH Jember Tahun Angkatan 2014 Pengguna produk Data seluler Telkomsel 4G” ini dapat terselesaikan dengan baik.

Penulis menyadari bahwa dalam penulisan skripsi ini penulis mendapat bantuan dari berbagai pihak sehingga skripsi ini dapat terselesaikan, maka dalam kesempatan ini dengan segala kerendahan hati, penulis ingin menyampaikan ucapan terimakasih atas segala bantuan, bimbingan dan dukungan yang telah diberikan kepada:

1. Dr. Arik Susbiyani, M.Si selaku Dekan Fakultas Ekonomi Universitas Muhammadiyah Jember.
2. Drs. Anwar, MSc, selaku Ketua Program Studi Manajemen Fakultas Ekonomi Universitas Muhammadiyah Jember yang telah memberikan ijin penelitian kepada penulis.
3. Seno Sumowo, SE., Msi selaku Dosen penguji skripsi yang bersedia memberikan saran, bimbingan, dan arahan yang bermanfaat demi kesempurnaan skripsi ini.
4. Drs.Muhamad Naely Azhad, M.Si selaku dosen pembimbing yang telah meluangkan waktu dalam membimbing dan memotivasi penulis selama pembuatan skripsi ini.
5. Budi Santoso, SE, MM, M.Ak selaku dosen wali yang telah membantu dan meluangkan waktu dalam membimbing penulisan skripsi ini.
6. Segenap dosen Fakultas Ekonomi Universitas muhammadiyah Jember atas tambahan pengetahuan dan pembelajaran hidup yang penulis dapatkan selama kegiatan perkuliahan.
7. Segenap karyawan perpustakaan Universitas Muhammadiyah Jember yang membantu dalam mencari referensi yang diperlukan penulis.

8. Responden yang telah meluangkan waktu untuk menjawab setiap pertanyaan dalam kuesioner yang diberikan penulis.
9. Terima kasih kepada kedua orang tua ku Karmono dan Sihatin yang selalu memberikan kasih sayang, mendoakan dan mendukung dalam menyelesaikan skripsi ini
10. Terimakasih teman-teman semuanya yang telah banyak memberi dukungan.
11. Pihak-pihak lain yang sudah banyak membantu penulis selama proses pembuatan skripsi ini dari awal hingga akhir dan yang tidak dapat penulis sebutkan satu persatu.

Semoga skripsi ini dapat memberikan banyak manfaat bagi semua yang memerlukannya.



Jember, Mei 2018

Penulis

## DAFTAR ISI

HALAMAN JUDUL .....	i
HALAMAN PERNYATAAN .....	ii
HALAMAN PEMBIMBING.....	iii
LEMBAR PENGESAHAN .....	iv
MOTTO .....	v
PERSEMBAHAN.....	vi
ABSTRAK .....	vii
<i>ABSTRACT</i> .....	viii
KATA PENGANTAR .....	ix
DAFTAR ISI.....	xi
DAFTAR TABEL.....	xv
DAFTAR GAMBAR .....	xvii
DAFTAR LAMPIRAN.....	xviii
BAB 1 PENDAHULUAN	
1.1 Latar Belakang .....	1
1.2 Rumusan Masalah .....	7
1.3 Tujuan dan Manfaat Penelitian.....	7
1.3.1 Tujuan penelitian .....	7
1.3.2 Manfaat Penelitian.....	7
BAB 2 TINJAUAN PUSTAKA	
2.1 Tinjauan Teori .....	9
2.1.1 Pengertian Pemasaran.....	9
2.1.2 Konsep Pemasaran.....	10
2.1.3 Manajemen Pemasaran .....	11
2.2 <i>Customer Loyalty</i> (Kesetiaan Pelanggan) .....	12
2.2.1 Pengertian Kesetiaan Pelanggan ( <i>Customer loyalty</i> ).....	12
2.2.2 Konsep Loyalitas (Kesetiaan).....	13
2.2.3 Dimensi CustomerLoyalty (Loyalitas pelanggan).....	14
2.3 Customer Satisfaction (Kepuasan konsumen).....	15
2.3.1 Pengertian kepuasan konsumen (Customer satisfaction) .....	15

2.3.2 Dimensi Kepuasan Konsumen.....	16
2.3.3 Ciri-ciri Konsumen yang puas .....	16
2.4 <i>Switching cost</i> (Biaya Peralihan).....	17
2.4.1 Pengertian <i>switching cost</i> .....	17
2.4.2 Dimensi <i>Switching cost</i> .....	18
2.5 <i>Trust In Brand</i> (Kepercayaan merek).....	19
2.5.1 Pengertian <i>Brand</i> .....	19
2.5.2 Loyalitas Merek .....	19
2.5.3 Kepercayaan Terhadap Merek .....	20
2.5.4 Dimensi <i>Brand in Trust</i> .....	21
2.6 Tinjauan Penelitian Terdahulu .....	21
2.7 Kerangka Konseptual .....	23
2.8 Hipotesis .....	23
<b>BAB 3 METODELOGI PENELITIAN</b>	
3.1 Identifikasi Variabel.....	26
3.2 Definisi Operasional Variabel .....	26
3.2.1 <i>Customer Satisfaction</i> (X1) .....	26
3.2.2 <i>Switching Cost</i> (X2).....	26
3.2.3 <i>Trust In Brand</i> (X3).....	27
3.2.4 <i>Customer Loyalty</i> (Y).....	27
3.3 Desain Penelitian .....	27
3.4 Jenis Data .....	28
3.5 Populasi dan Sampel .....	28
3.5.1 Populasi .....	28
3.5.2 Sampel .....	28
3.6 Metode Pengumpulan Data .....	29
3.7 Skala Pengukuran .....	30
3.8 Teknik Analisa Data.....	31
3.8.1 Analisis Data Kualitatif .....	31
3.8.2 Analisis Data Kuantitatif .....	32
3.9 Uji Instrumen Data .....	32

3.9.1 Uji Validitas.....	32
3.9.2 Uji Reliabilitas .....	32
3.10 Analisis Regresi Berganda .....	33
3.11 Uji Asumsi Klasik .....	34
3.11.1 Uji Normalitas .....	34
3.11.2 Uji Multikolinieritas .....	35
3.11.3 Uji Heterokedastisitas.....	35
3.12 Uji Hipotesis.....	36
3.12.1 Uji t.....	36
3.12.2 Koefisien Determinasi (R <sup>2</sup> ).....	36
<b>BAB 4 HASIL DAN PEMBAHASAN</b>	
4.1 Gambaran Umum Objek Penelitian .....	38
4.1.1 Sejarah singkat Perusahaan.....	38
4.1.2 Visi dan Misi Perusahaan .....	39
4.1.2.1 Visi Perusahaan.....	39
4.1.2.2 Misi Perusahaan.....	39
4.1.3 Struktur Organisasi .....	40
4.1.3.1 Fungsi dan Jabatan.....	41
4.1.4 Aspek Pemasaran.....	42
4.1.5 Teknik Analisis Data .....	43
4.1.5.1 Gambaran Umum Responden .....	43
4.1.6 Deskriptif Variabel Penelitian .....	44
4.2 Analisis Data .....	50
4.2.1 Uji Instrumen Data .....	50
4.2.1.1 Uji Validitas .....	50
4.2.1.2 Pengujian Reliabilitas Data.....	51
4.2.2 Analisis Regresi linier berganda.....	52
4.2.3 Pengujian Asumsi Klasik.....	54
4.2.3.1 Pengujian Normalitas.....	54
4.2.3.2 Uji Multikolinearitas .....	55
4.2.3.3 Uji Heterokedastisitas .....	56

4.2.4 Uji Hipotesis.....	58
4.2.4.1 Uji t.....	58
4.2.4.2 Koefisien Determinasi ( $R^2$ ) .....	59
4.3 Pembahasan .....	60
4.3.1 Pengaruh <i>Customer Satisfaction</i> terhadap <i>customer loyalty</i> .....	61
4.3.2 Pengaruh <i>Switching cost</i> terhadap <i>customer loyalty</i> .....	61
4.3.3 Pengaruh <i>Trust In Brand</i> terhadap <i>customer loyalty</i> .....	62
<b>BAB 5 KESIMPULAN, KETERBATASAN DAN SARAN</b>	
5.1 Kesimpulan.....	64
5.2 Keterbatasan Dan Saran .....	64
DAFTAR PUSTAKA .....	66
LAMPIRAN	



## DAFTAR TABEL

Tabel 1.1 Daftar pesaing data seluler Telkomsel di Indonesia .....	4
Tabel 1.2 Hasil prapenelitian konsumen Mahasiswa/i Manajemen 2014 Pengguna Produk Data seluler 4G Telkomsel.....	5
Tabel 2.1 Tabel Penelitian Terdahulu .....	22
Tabel 4.1 Tabel frekuensi pernyataan responden.....	43
Tabel 4.2 Tabel frekuensi berdasarkan jenis kelamin.....	43
Tabel 4.3 Frekuensi pernyataan responden atas <i>customer satisfaction</i> .....	44
Tabel 4.4 Frekuensi pernyataan responden atas <i>switching cost</i> .....	46
Tabel 4.5 Frekuensi pernyataan responden atas <i>trust in brand</i> .....	47
Tabel 4.6 Frekuensi pernyataan responden atas <i>customer loyalty</i> .....	49
Tabel 4.7 Hasil pengujian Validitas .....	51
Tabel 4.8 Hasil pengujian Reliabilitas .....	52
Tabel 4.9 Rekapitulasi hasil analisis regresi linier berganda .....	52
Tabel 4.10 Hasil Uji Multikolenearitas.....	56
Tabel 4.11 Hasil Uji Park (Heteroskedastisitas) .....	58
Tabel 4.12 Hasil Uji t .....	59
Tabel 4.13 Hasil Uji Koefisien Determinasi ( $R^2$ ) .....	60

## DAFTAR GAMBAR

Gambar 2.1 Kerangka Konsep Penelitian .....	23
Gambar 4.1 Susunan Direksi Perusahaan Telkomsel .....	40
Gambar 4.2 Uji Normalitas .....	54
Gambar 4.3 Hasil Normalitas .....	55
Gambar 4.4 Uji Heterokedastisitas .....	57





## DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran 1 Kuisoner.....	70
Lampiran 2 Rekapitulasi data mentah.....	74
Lampiran 3 Hasil frekuensi.....	78
Lampiran 4 Hasil Uji Instrumen Data.....	82
Lampiran 5 Uji Regresi Linier Berganda, Uji Asumsi Klasik dan Uji Hipotesis.....	86
Lampiran 6 r Tabel dan t Tabel.....	92
Lampiran 7 Riset Penelitian Terdahulu	

