

## RINGKASAN

Indah Kumalasari, 2013. **Pengaruh variabel *Customer Satisfaction* terhadap *Switching Barrier* dan *Customer Retention* (Survei pada Mahasiswa Fakultas Ilmu Administrasi Bisnis Angkatan 2012-2013 Universitas Brawijaya yang pernah melakukan pembelian di McDonald's Malang)** Dr. Srikandi Kumadji, M.S, Drs. Wasis A. Latief, M.P

Penelitian dilatarbelakangi semakin maraknya bisnis *fast food* yang mulai berkembang dan menimbulkan persaingan yang kuat. Salah satu cara untuk mengatasi masalah persaingan tersebut yaitu dengan menciptakan suatu *Customer Satisfaction* sehingga memunculkan suatu *Switching Barrier* demi terciptanya *Customer Retention*. Berdasarkan permasalahan tersebut, maka penelitian ini bertujuan untuk mengetahui dan menjelaskan pengaruh variabel *Customer Satisfaction* terhadap *Switching Barrier* dan *Customer Retention*.

Jenis penelitian yang dilakukan adalah *explanatory research* dengan metode survey. Teknik pengambilan sampel menggunakan *probability sampling* dengan *simple random sampling*. Penelitian ini digunakan untuk menguji hipotesis yang telah diajukan yaitu terdapat pengaruh signifikan antara variabel bebas *Customer Satisfaction* dengan *Switching Barrier* dan *Customer Retention* sebagai variabel terikat. Populasi dalam penelitian ini adalah Mahasiswa Fakultas Ilmu Administrasi Bisnis Angkatan 2012-2013 Universitas Brawijaya yang pernah melakukan pembelian di McDonald's Malang dan diperoleh sampel berjumlah 102 orang responden dengan menggunakan rumus Machin. Penelitian ini menggunakan analisis statistik deskriptif dan analisis jalur (*path analysis*).

Hasil penelitian yang menunjukkan bahwa *Customer Satisfaction* berpengaruh signifikan terhadap *Switching Barrier*, *Customer Satisfaction* berpengaruh signifikan terhadap *Customer Retention*, dan *Switching Barrier* berpengaruh signifikan terhadap *Customer Retention*. Ketepatan model ( $R^2$ ) dari ketiga variabel yaitu 0,855.

Berdasarkan hasil penelitian, dapat disimpulkan bahwa *Customer Satisfaction* berpengaruh terhadap *Customer Retention* baik secara langsung maupun tidak langsung yang melalui *Switching Barrier*. Untuk dapat meningkatkan penjualan, sebaiknya pihak McDonald's lebih memperbaiki kualitas pelayanan dan fasilitas gerai karena berdasarkan hasil penelitian ini kedua unsur tersebut kurang optimal.

**Kata Kunci:** *Customer Satisfaction, Switching Barrier, Customer Retention*