

Repository Universitas Brawijaya Repositor PENGARUH CUSTOMER SATISFACTION, SWITCHING COST, DANVA Repository UnivTRUST IN BRAND TERHADAP CUSTOMER LOYALTY rawijaya Repository Repository (Studi Pada Pengguna Kartu Perdana Telkomsel di Kota Malang) Repository Universitas Brawijaya Repository Universitas Brawijaya Repository Universitas Brawijaya Repository Universitas Brawijaya **Disusun Oleh:** ory Universitas Brawijaya Repository Universitas Brawijaya Repository Universitas Brawijeanyo Ajewicaksono Universitas Brawijaya Repository Universitas Brawijaya Repository Universitas Brawijaya Repository Universitas Brawijaya 155020200111021 Universitas Brawijaya Repository Universitas Brawijaya SKRIPSI Universitas Brawijaya Repository Universitas Brawijaya Repository Universitas Brawijaya Repository Universitas Brawijaya Repository Univer**Diajukan Sebagai Salah Satu Syarat Untuk Meraih** Brawijaya Repository Universitas Brawijaya ository Universitas Brawijaya ory Universitas Brawijaya Repository Universitas Brawijay Repository Universitas Brawija Universitas Brawijaya v Universitas Brawijaya Repository Universitas Brawija y Universitas Brawijaya Repository Universitas Brawija Repository Universitas Brawijay Universitas Brawijaya Repository Universitas Brawijaya tory Universitas Brawijaya Repository Universitas Brav**jūrusan manajemen**niversitas Brawijaya Repository Universitas FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS sitas Brawijaya Repository Universitas Brawijaya Repository Universitas Brawijaya Repository Universitas Brawijaya Repository Universitas Brawijaya R2020 ository Universitas Brawijaya Repository Universitas Brawijaya

Repositor Repository Repository Repository Repository Repositor Repositor Repositor Repository Repository Repository Repositor Repository Repository Repository Repositor Repository Repositor Repositor Repository Repository Repository Repositor Repository Repository Repositor Repository Repository Repository Repository Repository Repositor Repository Repositor Repositor Repository Repository Repository Repositor Repositor Repositor Repository Repository Repository

Repository

Repository

Repositor

LEMBAR PENGESAHAN

Skripsi dengan judul:

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

(Studi Pada Pengguna Kartu Perdana Telkomsel di Kota Malang)

Yang disusun oleh:

Nama

: Cahyo Aji Wicaksono

NIM

: 155020200111021

Fakultas

: Ekonomi dan Bisnis

Jurusan

: Manajemen

Program Studi : S-1 Manajemen

Konsentrasi

: Pemasaran

Disetujui untuk diajukan dalam ujian komprehensif pada tanggal 16 Juli 2020.

Dosen Pembimbing,

DIAN ARI NUGROHO, SE., MM., CMA.

NIP. 2011068401091001

DR. SITI AISJAH, SE., MS., SRS., CFP.

NIP. 19601111 198601 2 001

Cetua Program Studi S-1

LEMBAR PENGESAHAN

Skripsi dengan judul:

PENGARUH CUSTOMER SATISFACTION, SWITCHING COST, DAN TRUST IN BRAND TERHADAP CUSTOMER LOYALTY (Studi Pada Pengguna Kartu Perdana Telkomsel di Kota Malang)

Yang disusun oleh:

Nama

: Cahyo Aji Wicaksono

NIM

: 155020200111021

Fakultas

: Ekonomi dan Bisnis

Jurusan

: Manajemen

Program Studi: S-1 Manajemen

Konsentrasi : Pemasaran

Telah dipertahankan di depan Dewan Penguji pada tanggal 16 Juli 2020 dan dinyatakan memenuhi syarat untuk diterima.

- Dian Ari Nugroho, SE, MM., CMA. NIP. 2011068401091001 (Dosen Pembimbing)
- 2. Dr. Siti Aisjah, SE., MS., CSRS., CFP. NIP. 196011111986012001 (Dosen Penguji 1)
- Nadiyah Hirfiyana Rosita, SE., MM., CMA. NIP. 2012018609292001 (Dosen Penguji 2)

Malang, 16 Juli 2020 Ketua Program Studi S-1

Manajemen,

Dr. Siti Aisjah, SE., MS., CSRS.,CFP.

NIP: 19601111 198601 2 001

SURAT PERYATAAN

Yang bertanda tangan dibawah ini, saya:

Nama

: Cahyo Aji Wicaksono

Tempat/Tgl. Lahir

: Malang, 31 Maret 1997

Nomor Induk

: 155020200111021

Jurusan

: S-1 Manajemen

Konsentrasi

: Manajemen Pemasaran

Alamat

: Jalan Moch. Rasyid Kav. 44 Mulyorejo, Kota

Malang,

menyatakan dengan sesungguhnya bahwa SKRIPSI berjudul :Pengaruh Customer Satisfaction, Switching Cost, dan Trust In Brand Terhadap Customer Loyalty (Studi Pada Pengguna Kartu Perdana Telkomsel di Kota Malang) Yang saya tulis adalah benar-benar hasil karya saya sendiri dan bukan merupakan plagiat atau saduran dari Skripsi orang lain.

Apabila di kemudian hari ternyata pernyataan saya tidak benar, maka saya bersedia menerima sangsi akademis yang berlaku (dicabutnya predikat kelulusan dan gelar kesarjanaannya).

Demikian pernyataan ini saya buat dengan sebenarnya, untuk dapat dipergunakan bilamana diperlukan.

Malang, 30 Juni 2020

Mengetahui,

Yang membuat pernyataan

Dosen Pembimbing

Dian Ari Nugroho, SE., MM., CMA.-

Cahyo Aji Wicaksono

83AJX605433435

NIP. 2011068401091001

NIM. 155020200111021

Repository Universitas Brawijaya Repository Universitas Brawijaya Repository Universitas Brawijaya Repository Universitas Brawijaya Repository Universitas Brawij**kata Pengantar**Universitas Brawijaya Repository Universitas Brawijaya Repository Universitas Brawijaya Puji syukur yang sedalam-dalamnya penulis panjatkan kepada Tuhan Yang Maha Esa atas segala rahmat dan hidayah-Nya sehingga penulis dapat Repository Universitas Brawijaya Repository Universitas Brawijaya menyelesaikan skripsi dengan judul: Pengaruh Customer Satisfaction, Switching Cost, dan Trust in Brand Terhadap Customer Loyalty (Studi Pada Pengguna Repository Universitas Brawijaya Repository Universitas Brawijaya Reposit Kartu Perdana Telkomsel di Kota Malang) itory Universitas Brawijaya Repository Universitas Brawijaya Repository Universitas Brawijaya Adapun tujuan dari penulisan skripsi ini adalah untuk memenuhi syarat dalam mencapai derajat Sarjana Ekonomi pada Program Studi Sarjana Manajemen, Repository Universitas Brawijaya Reposi Jurusan Manajemen, Fakultas Ekonomi dan Bisnis, Universitas Brawijaya. Repository Universitas Brawijaya Repository Universitas Brawijava Repository Sehubungan dengan selesainya karya akhir ini, penulis menyampaikan penghargaan dan ucapan terima kasih yang sebesar-besarnya kepada: Reposi 1. Bapak Dian Ari Nugroho, SE, MM. sebagai dosen pembimbing skripsi yang Repository Universitas Brawijaya Repository Universitas Brawijaya Repository telah meluangkan waktu dan pikiran untuk membimbing serta memberikan masukan-masukan positif dalam penyelesaian skripsi ini. Universitas Brawijaya repository Reposi 2. / Ibu Dr. Siti Aisjah, SE., MS. CSRS., CFP sebagai Ketua Program Studi Sarjana Repository Universitas Brawijaya Repository Universitas Brawijaya Repository Manajemen FEB UB. Sekaligus dosen penguji I, yang telah memberikan Repository Universitas Brawijaya masukan-masukan positif untuk kesempurnaan skripsi ini. Repository Universitas Brawijaya Reposit 3. / Ibu Dr. Sumiati, SE., M.Si., CSRS, sebagai Ketua Jurusan Manajemen FEB Repository Universitas Brawijaya Repository Universitas Brawijaya Repository Whiversitas Brawijaya Repository Universitas Brawijaya Repository Bapak Drs. Nurkholis, M.Buss., Ak., Ph.D, sebagai Dekan Fakultas Ekonomi Repository dan Bisnis, Universitas Brawijaya. Pository Universitas Brawijaya Repository Universitas Brawijaya Repository Universitas Brawijaya Reposit 5. VIbu Nadiyah Hirfiyana Rosita, SE., MM., CMA selaku dosen penuji II, yang Repository telah memberikan masukan-masukan positif untuk kesempurnaan skripsi ini. Repository Universitas Brawijaya Repository Universitas Brawijaya

Repositor Repository Repository Repository Repository Repository Repositor Repository Repository Repository Repository Repositor Repository Repository Repository Repositor Repository Repositor Repositor Repository Repository Repository Repositor Repository Repository Repositor Repository Repository Repository Repositor Repository Repository Repository Repositor Repository Repository Repository Repository Repository Repositor Repository Repositor Repository

Repository

Repository

Repository

Repositor

Repository Universitas Brawijaya Repository Universitas Brawijaya Repository Universitas Brawijaya Repository Universitas Brawijaya kepository Universitas Brawijaya Repository Universitas Brawijaya Repository Universitas Brawijaya Repository Universitas Brawijaya Repository Unive Malang, 16 Juli 2020 Repository Universitas Brawijaya Repository Universitas Brawijaya Repository Universitas Brawijaya Repository Universitas Brawijaya Repository Universitas Bravelaulis Repository Universitas Brawijaya Repository Universitas Brawijaya

Repositor Repository Repository Repository Repository Repository Repositor Repositor Repository Repository Repository Repositor Repository Repository Repository Repositor Repository Repositor Repositor Repository Repository Repository Repository Repository Repository Repositor Repository Repository Repository Repository Repository Repositor Repository Repositor Repository Repository Repository Repository Repository Repositor Repositor Repository Repository Repository Repository Repository Repositor Repositor

Repository Universitas Brawijaya Repository Universitas Brawijaya Repositor PENGARUH CUSTOMER SATISFACTION, SWITCHING COST, DAN/A Repository Univ*Trust in Brand* Terhadap Customer Loyalty awijaya Repository Universitas Brawijaya (Studi Pada Pengguna Kartu Perdana Telkomsel di Kota Malang) Repository Universitas Brawijaya Ripwicaksono Universitas Brawijaya Repository Universitas Ekonomi dan Bisnis Universitas Brawijaya Brawijaya Repository Universitas Bracahyoajiwicaksono@gmail.com/versitas Brawijaya Repository Universitas Brawijaya dian.ari@ub.ac.id Universitas Brawijaya Repository Universitas Brawijaya ABSTRAKtory Universitas Brawijaya Repository Universitas Brawijaya Repository Universitas Brawijaya Repository Universitas Brawijaya Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui pengaruh kepuasan pelanggan, Jenis penelitian ini adalah *explanatory reasearch*, yaitu berfokus untuk menjelaskan Reposi hubungan antar variabel. Teknik analisis data yang digunakan adalah analisis regresi liniear berganda dengan program SPSS versi 21. Hasil penelitian ini adalah Repost variabel customer satisfaction, switching cost, dan trust in brand berpengaruh signifikan terhadap customer loyalty pada pengguna kartu perdana Telkomsel di Kota Malang. Orang Brawijaya Kata kunci: customer satisfaction, switching cost, trust in brand, customer loyalty. Repository Universitas Brawijaya Repository Universitas Brawijaya

Repository Universitas Brawijaya

Repository Universitas Brawijaya

Repository Universitas Brawijaya

perubahan harga dan kepercayaan merek berpengaruh terhadap loyalitas pelanggan. Repository Universitas Brawijaya Repository Universitas Brawijaya

Repository Universitas Brawijaya

Repository Universitas Brawijaya

Repository Universitas Brawijaya

Repositor Repository Repository Repository Repository Repositor Repositor Repositor Repository Repository Repository Repositor Repository Repository Repository Repositor Repository Repositor Repositor Repositor Repository Repository Repositor Repository Repository Repositor Repository Repository Repository Repository Repository Repositor Repository Repositor Repository Repository Repository Repositor Repositor Repositor Repositor Repositor Repository Repository Repository

Repository

Repositor

Repository Universitas Brawijaya Repository Universitas Brawijaya Repository Universitas Brawijaya Repository Universitas Brawijaya Reposit THE INFLUENCE OF CUSTOMER SATISFACTION, SWITCHING COST, Repository Urand Trust in Brand through customer Loyalty wijeya Repository Universitas Brawijaya Repository Universitas Brawijaya Repository (Study On Telkomsel Prepaid Card Users In The City of Malang) Repository Universitas Brawijaya Repository Universitas Brawijaya Repository Universitas Brawij ry Universitas Brawijaya Cahyo Aji Wicaksono Faculty of Economics and Business Universitas Brawijaya Repository Universitas Bracahyoajiwicaksono@gmail.com versitas Brawijaya Repository Universitas Brawijaya Repository Universitas Brawijaya Repository Universitas Brawijaya Supervisoritory Universitas Brawijaya Repository Universitas Dian Ari Nugroho, SE., MM., CMA
dian.ari@ub.ac.id
Repository Universitas Brawijaya Repository Universitas Brawijaya Repository Universitas Brawijaya Repository Universitas Brawijaya ABSTRACTory Universitas Brawijaya This research aims to discoer the effect of The Influence of Customer Satisfaction, Switching Cost, and Thrust in Brand trouh Customer Loalty. The tpe of this research is the explanatory research which explains the relationship between Reposi one variable and other. This research using multiple linear regression, and the data were analyzed using SPSS ersion 21. The result of this research indicates that customer satisfaction, switching cost and trust in brand have a significant effect of customer loyalty. Repository Universitas Brawijaya Repository Universitas Brawijaya Repository Universitas Brawijaya Repos Keywords: customer satisfaction, switching cost, trust in brand, customer loyalty. Repository Universitas Brawijaya Repository Universitas Brawijaya

Repository Universitas Brawijaya Repository Universitas Brawijaya Repository Universitas Brawijaya Repository Universitas Brawijaya Repository Universitas Brawijaya Repository Universitas Brawijaya Repository Universitas Brawijaya Repository Universitas Brawijaya Repository Universitas Brawijaya Repository Universitas Brawijaya Repository Universitas Brawijaya Repository Universitas Brawijaya Repository Universitas Brawijaya Repository Universitas Brawijaya Repository Universitas Brawijaya Repository Universitas Brawijaya Repository Universitas Brawijaya Repository Universitas Brawijaya Repository Universitas Brawijaya

Repository Universitas Brawijaya

Repository Universitas Brawijaya

Repository Universitas Brawijaya

Repository Universitas Brawijaya Repository Universitas Brawijaya

Repository Universitas Brawijaya

Repositor Repository Repository Repository Repository Repositor Repositor Repositor Repository Repository Repository Repositor Repository Repository Repository Repositor Repository Repositor Repositor Repository Repository Repository Repositor Repository Repository Repositor Repository Repository Repository Repository Repository Repositor Repository Repositor Repositor Repository Repository Repositor Repositor Repositor Repositor Repositor

Repository

Repository

Repository

Repository

Repositor

Repository Repository Repository Repository Repository Repository Repositor Repository Repository Repository Repository Repository Repository Repository Repository Repositor Repository Repositor Repositor Repository Repository Repository Repositor Repository Repositor Repositor Repository Repositor Repository Repository Repositor Repositor Repository

Repository

Repository

Repository

Repository

Repositor

| Danasitan | Universites Proviigue | Danasitan Universitas Prawijaya |
|------------|---|--|
| | Universitas Brawijaya | Repository Universitas Brawijaya |
| | Universitas Brawijaya | Repository Universitas Brawijaya |
| | 3.9.3. Uji Asumsi Klasik | |
| | | Repository.Universitas.Brawi58ya |
| Repository | 3 10 / 10 Hinnied (1 1) | near Berganda58 /a) |
| Repository | 3.10.3. Uji Ketepatan Mod | el (Uji F)60 |
| Repository | 3.10.4. Uji Koefisien Deter | minasi |
| | Universitas Brawijaya | Repository Universitas Brawijaya |
| Repository | Universitas Brawijaya | Repository Universitas Brawijaya |
| Reposite A | 3 IV HASIL PENELITIAN D | AN PEMBAHASAN versitas Brawijaya |
| Repository | 4.1. Gambaran Umum Pemenu | an |
| Repository | (Telkomsel) | Repository Universitas Brawijaya |
| Repository | Universitas Brawijaya | Repository Universitas Brawijaya |
| | Univers62as Brawijaya | Repository Universitas Brawijaya |
| Repository | 4 1 2. Visi dan Misi PT Tel | lekomunikasi Selular Indonesia |
| Repository | (Telkomsel) | Repository Universitas Brawleya len66 |
| Repository | 4.2. Gambaran Umum Respond | len |
| Repository | 4.2.1. Karakteristik Respon | nden Berdasarkan Jenis kelamin |
| Repository | | nden Berdasarkan Pendidikan68 anden Berdasarkan Pekerjaan69 |
| Repository | 4 6 4 77 1 1 17 5 | iden Berdasarkan Pengeluaran per Bulan 71 |
| | | and the former desired in the extra and the state of the extra and the e |
| Repository | 4.3.1. Analisis Deskriptif V | 73 Tariabel |
| Repository | 4.5.2. Hash Oji ilisuumen | |
| Repository | 4.3.3. Uji Asumsi Klasik | |
| | 4.4. Pengujian Hipotesis | |
| Repository | 4.4.1. Uji T | Repository-Universitas-Brawijaya |
| Repository | 4.4.2. Uji F 4.4.3. Hasil Analisis Koefi | sien Determinasi 94 |
| Repository | | n Repository Universitas Brawigsya |
| Repository | 4.5.1. Pengaruh Customer | Satisfaction terhadap Customer Loyalty 95 |
| Repository | 4.5.2. Pengaruh Switching | Cost terhadap Customer Loyalty96 |
| Repository | 4.5.3. Pengaruh <i>Trust in Bi</i> | Satisfaction, Switching Cost dan Customer Loyalties secara Simultan101 |
| Repository | 4.5.4. Pengaruh <i>Customer</i> | Satisfaction, Switching Cost dan |
| Repository | Brand Trust terhadap | o Customer Loyalties secara Simultan101 |
| | | ARepository Universitas Brawijaya |
| | 5.1. Kesimpulan Brawii awa | Repository Universitas Brawilova |
| | 5.2. Saran itaa Brawijaya | Repository Universitas Brawi194a |
| | | |
| DAI | FTAR PUSTAKAMPIRAN | Repository Universitas Brawijaya Repository Universitas Brawijaya |
| Panasitary | Universitas Brawijaya | Repository Universitas Brawijaya |
| | Universitas Brawijaya | Repository Universitas Brawijaya |
| | | |
| , , | Universitas Brawijaya | Repository Universitas Brawijaya |
| . , | Universitas Brawijaya | Repository Universitas Brawijaya |
| | Universitas Brawijaya | Repository Universitas Brawijaya |
| | Universitas Brawijaya | Repository Universitas Brawijaya |
| | Universitas Brawijaya | Repository Universitas Brawijaya |
| y | Universitas Brawijaya | Repository Universitas Brawijaya |
| | Universitas Brawijaya | Repository Universitas Brawijaya |
| Repository | Universitas Brawijaya | Repository Universitas Brawijaya |
| Repository | Universitas Brawijaya | Repository Universitas Brawijaya |

Repository Repositor Repository Repository Repository Repository

Repository Repository Repository

| Repository Universitas Brawijaya | Repository Universitas Brawijaya |
|---|--|
| Repository Universitas Brawijaya | Repository Universitas Brawijaya |
| Repository Universitas Brawija DAF | |
| Repository Universitas Brawijava | Repository Universitas Brawijava |
| Tabel 1.1. Operator Telekomunikasi | di Indonesia ny Universitas Braw 2 ya |
| | Repository Universitas Brawisaya |
| Tabel 3.1. Skala Likert Tabel 3.2. Definisi Operasional Vari | |
| | Berdasarkan Jenis Kelamin |
| · · · · · · · · · · · · · · · · · · · | Berdasarkan Pendidikan |
| | Berdasarkan Pekerjaan70 |
| PC 1000 11 150 111 11 11 11 11 11 11 11 11 11 11 11 1 | Berdasarkan Pengeluaran Per Bulan71 |
| Tabel 4.5. Distribusi Frekuensi Jawa | aban Variabel Customer Satisfaction73 Aban Variabel Switching Cost74 |
| Tabel 4.0. Distribusi Frenchist sawa | aban Variabel Switching Cost74 aban Variabel Trust In Brand76 |
| | iban Variabel Customer Loyalty77 |
| | Customer Satisfaction (X1)79 |
| Tabel 4.10. Hasil Validitas Variabel | Switching Cost (X2)79 |
| Tabel 4.11. Hasil Validitas Variabel Tabel 4.12. Hasil Validitas Variabel | |
| Reposi Tabel 4.13. Hasil Uji Reliabilitas Ins | |
| Reposi Tabel 4.14. Hasil Pengujian Normal | |
| Repository University - Republican | Rannaitanv.l.laivaraitaa.Rrawi85va |
| Tabel 4.15. Hasil Pengujian Multiko | olinieritas ada 89 ya |
| Tabel 4.16. Pengujian Regresi Berar Tabel 4.17. Hasil Uji T | Repository Universitas Brawigaya |
| Reposit Tabel 4.18. Hasil Uji F ANOVA | Repository Universitas Brawijaya |
| Reposit Tabel 4.19. Koefisien Determinasi R | |
| Repository Universitas Brawijaya | Repository Universitas Brawijaya |
| Repository Universitas Brawijaya | Repository Universitas Brawijaya |
| Repository Universitas Brawijaya | Repository Universitas Brawijaya |
| Repository Universitas Brawijaya | Repository Universitas Brawijaya |
| Repository Universitas Brawijaya | Repository Universitas Brawijaya |
| Repository Universitas Brawijaya | Repository Universitas Brawijaya |
| Repository Universitas Brawijaya | Repository Universitas Brawijaya |
| Repository Universitas Brawijaya | Repository Universitas Brawijaya |
| Repository Universitas Brawijaya | Repository Universitas Brawijaya |
| Repository Universitas Brawijaya | Repository Universitas Brawijaya |
| Repository Universitas Brawijaya | Repository Universitas Brawijaya |
| Repository Universitas Brawijaya | Repository Universitas Brawijaya |
| Repository Universitas Brawijaya | Repository Universitas Brawijaya |
| Repository Universitas Brawijaya | Repository Universitas Brawijaya |
| Repository Universitas Brawijaya | Repository Universitas Brawijaya |
| Repository Universitas Brawijaya | Repository Universitas Brawijaya |
| Repository Universitas Brawijaya | Repository Universitas Brawijaya |
| Repository Universitas Brawijaya | Repository Universitas Brawijaya |

Repository Universitas Brawijaya

Repository Repository Repository Repository Repository Repository Repository Repositor Repository Repository Repository Repository Repository Repository Repository Repositor Repository Repositor Repository Repository Repository Repository Repository Repository Repository Repositor Repository Repository Repository Repository Repository Repository Repositor Repositor Repository Repository Repository Repository Repository Repositor Repository Repository Repository Repository Repository Repository Repositor

Repositor

Repository Universitas Brawijaya

Repository Universitas Brawijaya

Repository Universitas Brawijaya Repository Universitas Brawijaya

Repository Universitas Brawijaya

Repository Universitas Brawijaya Repository Universitas Brawijaya

Repository Universitas Brawijaya

Repository Universitas Brawijaya

Repositor Repository Repository Repository Repository Repositor Repositor Repositor Repository Repository Repository Repository Repository Repository Repository Repositor Repository Repositor Repository Repository Repository Repository Repositor Repository Repository Repositor Repository Repository Repository Repository Repository Repositor Repositor Repositor Repository Repository Repository Repository Repositor Repositor Repository Repository Repository Repository Repository Repository Repositor



Repository Universitas Brawijaya Babasitory Universitas Brawijaya Repository Universitas Brawijaya Repository Universitas Brawijaya Repository Universitas Brawijay PENDAHULUAN Universitas Brawijaya Repository Universitas Brawijaya Reposit 1.1, Latar Belakang Brawijaya Repository Universitas Brawijaya Komunikasi merupakan kebutuhan dasar manusia. Secara umum semua Repository Universitas Brawijaya Repository Universitas Brawijaya Reposi manusia dalam kehidupannya memerlukan interaksi dengan orang-orang sekitar Repository Universitas Brawijaya Repository Universitas Brawijaya Repositatau lingkungannya, baik itu di tingkat individu, organisasi hingga pada tingkat khalayak ramai (Litle John, 2009). Interaksi dalam bentuk komunikasi dapat terjadi Repository Universitas Brawijaya Kepository Universitas Brawijaya Reposi secara langsung, artinya tanpa ada medium perantara atau dapat juga dengan Repository Universitas Brawijaya Repository Universitas Brawijaya menggunakan suatu perangkat tertentu yang mempunyai fungsi sebagai alat komunikasi. Fungsi perangkat tersebut adalah untuk memecahkan kendala dan Repository Universitas Braw Repository Universitas Brawijaya Reposi memperlancar proses komunikasi, misalnya untuk dapat mengatasi permasalahan Repository Universitas Brawijaya Repository Universitas Brawijaya Reposit batasan ruang, jarak, dan waktu. Repository Universitas Brawijaya Repository Dengan semakin besarnya kebutuhan manusia terhadap sarana komunikasi Reposi tersebut, maka saat ini banyak perusahaan penyedia jasa telekomunikasi yang Repository Universitas Brawijaya Repository Universitas Brawijaya Reposi bersaing untuk memberikan layanan terbaik. Sebagian besar masyarakat saat ini menjadi bagian penting untuk melakukan telah memiliki *smartphone* yang Repositaktivitasnya. Hal itulah yang menyebabkan perusahaan telekomunikasi berlomba-Repository Universitas Brawijaya Repository Universitas Brawijaya lomba dalam menjual produknya seperti simcard, pulsa, serta paket data atau Repository Universitas Brawijaya Repository Universitas Brawijaya Repository Universitas Brawijaya Repository Dengan bertambahnya perusahaan telekomunikasi di Indonesia, persaingan di Repository Universitas Brawijaya Repository Universitas Brawijaya Reposi antara mereka juga semakin ketat. Persaingan semacam ini sudah terjadi sejak lama. Mereka berusaha menarik pelanggan baru dan tetap fokus untuk mempertahankan Reposit pelanggan lama tas Brawijaya Repository Universitas Brawijaya

Repositor Repository Repository Repository Repository Repositor Repositor Repository Repository Repository Repository Repositor Repository Repository Repository Repositor Repository Repositor Repositor Repository Repository Repository Repositor Repository Repository Repositor Repository Repository Repository Repository Repository Repository Repository Repositor Repository Repository Repository Repository Repository Repository Repositor Repositor Repository

Repository

Repository

Repository

Repositor

Repositor

Repositor

Repository Universitas Brawijaya

Repository Universitas Brawijaya

Repository Universitas Brawijaya Repository Universitas Brawijaya Repository Universitas Brawijaya Repository Universitas Brawijaya Repository Pada tahun 1989, sektor telekomunikasi dimonopoli oleh pemerintah, namun Repository Universitas Brawijaya Repository Universitas Brawijava mulai tahun 2000 berdasarkan kebijakan pemerintah yang diatur sesuai UU No. 36 tahun 1999 tentang Telekomunikasi, pemerintah membuka kesempatan bagi Reposi perusahaan yang ingin menjalankan bisnis dalam sektor telekomunikasi. Dengan Repository Universitas Brawijaya Repository Universitas Brawijaya Repositini merupakan tahap awal terciptanya lingkungan kompetitif di sektor Repository Universitas Brawijaya telekomunikasi, Repository Universitas Brawijaya Repository Universitas Brawijaya Repository Universitas Brawijaya Repository Di bawah ini adalah daftar operator seluler dan produknya yang beredar di Repository Universitas Brawijaya Repository Universitas Brawijaya Reposi Indonesia hingga saat ini. Repository Universitas Brawijaya Repository Universitas Brawijaya Repository Universitas Brawijaya Repository Universitas Brawijaya ository Universitas Brawijaya Repository Universitas Operator Telekomunikasi di Indonesia as Brawijaya Repositor No. **Produk** Operator Bakrie Telecom Repository Ur Esia Repository Universitas Brawijaya Repository Universitas Brawijaya Hutchison Repository Universitas Brawijaya Reposit IM3, Indosat Matrix, Indosat Mentari Repository₃ Indosat Repository StarOne OSITOry Repository Universitas Brawijaya Fren, Mobi dan Hepiniversitas Brawijaya Mobile-8 Repository₅ Universitas Brawijaya Renository Universitas Brawijaya Ceria epository Universitas Brawijaya Sampoerna Telekom Repositor Smarepository Universitas Brawijaya Repository, U Sinar Mas Telecom Renository Universitas Brawijaya Repository8U Flexiepository Universitas Brawijaya Telkom Repository9U Kartu AS, Kartu HALO dan Simpati Telkomsel Brawijay XL Axiata XLRepository Universitas Brawijaya Reposit Sumber: Ditjen Postel, 2018 aya Repository Universitas Brawijaya Repository Universitas Brawijaya Repository Universitas Brawijaya Repository Data diatas merupakan operator telekomunikasi di Indonesia sejak tahun 2009, namun hingga saat ini operator yang masih aktif beroperasi adalah Telkomsel, Reposi XL Axiata, Indosat Ooredoo, Tri, dan Smartfren, sedangkan beberapa operator Repository Universitas Brawijaya Repository Universitas Brawijaya

Repository Repository Repository Repository Repositor Repositor Repository Repository Repository Repository Repositor Repository Repository Repository Repositor Repository Repositor Repositor Repository Repository Repository Repositor Repository Repository Repositor Repository Repository Repository Repository Repository Repository Repository Repositor Repository Repository Repository Repositor Repository Repositor Repositor

Repositor

Repository

Repository

Repository

Repository

Repositor

Repositor

Repository Universitas Brawijaya

Repository Universitas Brawijaya

Repository Universitas Brawijaya Repository Universitas Brawijaya Repository Universitas Brawijaya Repository Universitas Brawijaya Reposi lainnya sudah tidak beroperasi karena tidak mampu menghadapi persaingan yang Repository Universitas Brawijaya Repository Universitas Brawijaya ada (Ditjend Postel, 2018). Repository Universitas Brawijaya Repository U Di Indonesia, pelanggan telekomunikasi hingga saat ini mencapai 255 juta Repository Universitas Brawijaya kepository Universitas Brawijaya Reposi pelanggan dan diperkirakan akan terus bertambah seiring berjalannya waktu Repository Universitas Brawijaya Repository Universitas Brawijaya (Kominfo, 2019). Saat ini perusahaan telekomunikasi saling bersaing ketat untuk memperebutkan pangsa pasar, hal ini juga disebabkan oleh pengguna smartphone Reposi yang terus bertambah tiap tahunnya. Pangsa pasar telepon seluler di Indonesia Repository Universitas Brawijaya Repository Universitas Brawijaya didominasi oleh tiga operator utama yaitu Telkomsel, XL Axiata, dan Indosat Ooredoo dengan penguasaan pangsa pasar hampir 90% (lihat Gambar 1.1). Repository kepository Universitas Brawijaya Repository Universitas Brawijaya Gambarobkory Universitas Brawijaya Repository Univ Pangsa Pasar Operator Seluler di Indonesia Tahun 2018 awijaya Repository Univ awiiaya Repository Univ awijaya Repository Univ awijaya Repository Univ rawijaya Repository Univ rawijaya Repository Univ awijaya XL 17% Repository Univ rawijaya Telkomsel Repository Univ 'awijaya Repository Univ awijaya Repository Univ awijaya Repository Univ awijaya Repository Univ 'awijaya Repository Univ ■ Telkomsel ■ Indosat ■ XL ■ Tri ■ dll awijaya Repository Universitas brawijaya repository universitas brawijaya Reposi Sumber: Data diolah dari Puslitbang SDM Kominfo, 2018 ersitas Brawijaya Repository Universitas Brawijaya Repository Universitas Brawijaya Repository U Telkomsel merupakan operator seluler terbesar di Indonesia saat ini, dengan penguasaan pangsa pasar lebih dari 50%. Anak perusahaan PT. Telekomunikasi Reposit Indonesia ini resmi diluncurkan pertama kali sebagai penyedia layanan pascabayar Repository Universitas Brawijaya Repository Universitas Brawijaya seluler sejak 26 Mei 1995 melalui kartu Halo. Telkomsel adalah operator Repository Universitas Brawijaya Repository Universitas Brawijaya

Repositor Repository Repository Repository Repository Repositor Repositor Repository Repository Repository Repository Repositor Repository Repository Repository Repositor Repository Repositor Repositor Repository Repository Repository Repositor Repository Repository Repositor Repository Repository Repository Repository Repository Repository Repository Repositor Repository Repository Repository Repository Repository Repository Repositor Repository Repository

Repository

Repository

Repository

Repositor

Repositor

Repository Universitas Brawijaya

Repository Universitas Brawijaya

Repository Universitas Brawijaya

Repository Universitas Brawijaya

Repository Universitas Brawijaya Repository Universitas Brawijaya Repository Universitas Brawijaya Repository Universitas Brawijaya Repositelekomunikasi seluler GSM (Global System for Mobile Communication) pertama Repository Universitas Brawijaya Repository Universitas Brawijava Reposit di Indonesia dan telah menjadi operator seluler ketujuh di dunia yang mempunyai lebih dari 170 juta pelanggan dalam satu negara. Upaya memandu perkembangan Universitas Brawilava kepository Universitas Brawijaya Reposi industri telekomunikasi selular di Indonesia memasuki era baru layanan mobile Repository Universitas Brawijaya Repository Universitas Brawijaya broadband, Telkomsel secara konsisten mengimplementasikan roadmap teknologi 3G, 4G, HSDPA, HSPA+, serta teknologi *Long Term Evolution* (LTE). Kini Reposi Telkomsel mengembangkan 2 jaringan broadband di 100 kota besar di Indonesia. Repository Universitas Brawijaya Repository Universitas Brawijaya Untuk membantu pelayanan kebutuhan pelanggan, Telkomsel didukung akses call Reposition center 24 jam dan 430 pusat layanan yang tersebar di seluruh Indonesia Reposit (www.telkomsel.com). rawijaya Repository Universitas Brawijaya Repository Universitas Brawijaya Repository Universitas Brawijaya Repository U Menurut data yang dilansir oleh Kominfo, dapat diketahui bahwa Telkomsel Reposit merupakan perusahaan telekomunikasi dengan jumlah pelanggan terbesar di Reposi Indonesia. Akan tetapi, pada tahun 2019 jumlah pelanggan yang dimiliki oleh Repository Universitas Brawijaya Repository Universitas Brawijaya Telkomsel mengalami penurunan sebesar 5.7% menjadi 167,8 juta pelanggan pada semester I-2019 dari periode yang sama tahun lalu sebanyak 177,9 juta pelanggan Reposit (www.enbeindonesia.com). Berdasarkan hal tersebut, maka dapat disimpulkan Repository Universitas Brawijaya Repository Universitas Brawijaya bahwa terjadi fluktuasi jumlah pelanggan yang dimiliki oleh Telkomsel. Repository Universitas Brawijaya Repository Universitas Brawijaya Repository Universitas Brawijaya Repository Universitas Brawijaya Repository Dominasi Telkomsel di dunia telekomunikasi tidak diragukan lagi, namun Reposit perlu diingat bahwa penting bagi Telkomsel untuk tetap berusaha menarik Repost pelanggan baru serta mempertahankan pelanggan yang sudah ada. Pelanggan Repository Universitas Brawijaya Repository Universitas Brawijaya merupakan faktor utama dari kesuksesan suatu perusahaan, karena keberlanjutan Repository pelanggan yang membeli produk Repository universitas Brawijaya atau jasa yang disediakan dan melakukan Repository Universitas Brawijaya Reposit pembelian ulang as Brawijaya Repository Universitas Brawijaya Repository Universitas Brawijaya Repository Universitas Brawijaya Repository Universitas Brawijaya

Repositor

Repository

Repository

Repository

Repository Repository

Repositor

Repository

Repository

Repository

Repository Repository Repository

Repository

Repository

Repository Repository

Repositor

Repositor

Repositor

Repository Repository

Repositor

Repository

Repository

Repository Repository Repository

Repository

Repository Repository

Repository

Repository Repository

Repository

Repository

Repository

Repositor

Repository

Repositor

Repository

Repositor

Repository

Repository

Repository

Repository

Repositor

Repositor

Repository Universitas Brawijaya

Repository Universitas Brawijaya

Repository Universitas Brawijaya

Repository Universitas Brawijaya Repository Universitas Brawijaya Repository Universitas Brawijaya Repository Universitas Brawijaya Repository U Menurut Kotler (2013) mengakuisisi pelanggan baru dapat menelan biaya Repository Universitas Brawijaya Repository Universitas Brawijava Reposi lima kali lipat lebih besar dibandingkan memuaskan dan mempertahankan pelanggan lama. Pengakuisisian pelanggan baru memerlukan sejumlah besar usaha epository Universitas Brawijaya Reposi untuk membujuk pelanggan yang sudah terpuaskan agar meninggalkan pemasok Repository Universitas Brawijaya Repository Universitas Brawijaya Repositlamanya iversitas Brawijaya Repository Universitas Brawijaya Repository Universitas Brawijaya Repository Universitas Brawijaya Repository U Pelanggan yang setia menggunakan jasa atau produk dari suatu perusahaan Repository Universitas Brawijaya Repository Universitas Brawijaya dibebut sebagai pelanggan yang loyal. Di sinilah perusahaan berusaha keras untuk mempertahankan loyaitas dari pelanggan mereka. Agar jumlah pelanggan tidak Repository Universitas Brawijaya Repository Universitas Brawijaya Repositerus merosot, PT Telkomsel Indonesia harus berusaha mempertahankan dan Repository Universitas Brawilaya Repository Universitas Brawijaya meningkatkan jumlah pelanggan yang loyal terhadapnya. Menurut Griffin (2003), Reposi loyalitas mengacu pada perilaku dari unit-unit pengambilan keputusan untuk Reposi melakukan pembelian secara terus menerus terhadap barang atau jasa perusahaan Repository Universitas Brawijaya Repository Universitas Brawijaya yang dipilih. Loyalitas konsumen memiliki peranan penting dalam sebuah perusahaan, mempertahankan mereka berarti meningkatkan kinerja keuangan dan Reposi kinerja kelangsungan hidup perusahaan. Terdapat beberapa keuntungan bagi Repository Universitas Brawijaya Repository Universitas Brawijaya perusahaan tentang pentingnya mempertahankan loyalitas pelanggan (Customer Loyalty). Makin besar loyalitas pelanggan, semakin besar laba yang dapat diperoleh Reposit perusahaan dari konsumen (Griffin, 2003). Ository Universitas Brawijaya Repository Universitas Brawijaya Repository Universitas Brawijaya Repository | Menurut Bilika, dkk (2016), loyalitas pelanggan merupakan faktor penting dalam kelangsungan hidup bisnis dan pengembangan lingkungan yang kompetitif. Reposi Pada dasarnya loyalitas pelanggan sangat dibutuhkan oleh perusahaan untuk Repository Universitas Brawijaya Repository Universitas Brawijaya Reposi meningkatkan keuntungan dan mempertahankan bisnisnya. Suwono dan Sihombing (2016) juga berpendapat bahwa pelanggan yang loyal akan cenderung membeli Repository Universitas Brawijaya Repository Universitas Brawijaya

Repositor Repository Repository Repository Repository Repositor Repositor Repository Repositor Repositor Repository Repository Repository Repositor Repository Repository Repositor Repository Repository Repository Repository Repository Repositor Repository Repositor Repository Repository Repository Repository Repository Repository Repositor

Repository

Repository

Repository

Repository

Repository

Repositor

Repositor

Repository Universitas Brawijaya

Repository Universitas Brawijaya Repository Universitas Brawijaya Repository Universitas Brawijaya Repository Universitas Brawijaya Reposi lebih banyak produk suatu bank, tidak lebih memilih bank lain, tidak mencoba Repository Universitas Brawijaya Repository Universitas Brawijaya Reposii produk baru, dan mendorong orang lain untuk menjadi pelanggan. S Brawijaya Repository Universitas Brawijaya Repository Universitas Brawijaya Faktor yang mempengaruhi loyalitas pelanggan (Customer Loyalty) Repository Universitas Brawijaya Repository Universitas Brawijava menurut Justin Paul, et al (2015) adalah kualitas layanan. Sedangkan menurut Teimouri et al. (2016) kepuasan pelanggan memainkan peran mediator dalam efek Repository Universitas Brawijaya Repository Universitas Brawijaya Reposi kualitas pelayanan terhadap loyalitas pelanggan, hal ini menunjukan hubungan Repository Universitas Brawijaya Repository Universitas Brawiiava antara kepuasan pelanggan (Customer Satisfaction) dan loyalitas pelanggan (Customer Loyalty). Pada dasarnya loyalitas pelanggan dapat terlihat dari Repository Universitas Brawijava Repository Universitas Brawijaya Reposi konsistensi atau sikap konsumen yang tetap setia terhadap suatu produk atas jasa Repository Universitas Brawijaya Repository Universitas Brawijaya yang dipilihnya. Kepuasan pelanggan (Customer Satisfaction) adalah hasil (outcome) yang dirasakan atas penggunaan produk dan jasa atau melebihi harapan Repository Universitas Brawijaya Repository Universitas Brawijaya Reposityang dinginkan (Zulian Yamit, 2010). Repository Universitas Brawijaya Repository Universitas Brawijaya Repository Universitas Brawijaya Menurut Husodo (2015), secara parsial kepuasan memiliki pengaruh yang Repository Universitas Brawijaya Repository Universitas Brawijaya Reposi positif dan signifikan terhadap loyalitas pelanggan. Hal tersebut berarti semakin Repository Universitas Brawijava Repository Universitas Brawijaya Reposi baik tingkat kepuasan yang dimiliki oleh pelanggan, maka loyalitas pelanggan juga akan semakin tinggi. Sedangkan Sunyoto (2013), menyatakan bahwa tingkat Repository Universitas Brawijaya Repository Universitas Brawijaya Repus kepuasan yang tinggi dapat meningkatkan loyalitas pelanggan dan mencegah Repository Universitas Brawijaya Repository Universitas Brawijaya perputaran pelanggan, mengurangi sensitivitas pelanggan terhadap harga, mengurangi biaya kegagalan pemasaran, mengurangi biaya operasi yang Repository Reposi diakibatkan oleh meningkatnya jumlah pelanggan, meningkatkan efektivitas iklim Repository Universitas Brawijaya Repository Universitas Brawijaya Reposit dan meningkatkan reputasi bisnis. Berdasarkan pendapat-pendapat di atas nyatalah Berger bahwa kepuasan pelanggan (Customer Satisfaction) menentukan loyalitas Repost pelanggan (Customer loyalty). Repository Universitas Brawijaya Repository Universitas Brawijaya

Repositor Repository Repository Repository Repository Repository Repositor Repository Repository Repository Repository Repositor Repository Repository Repository Repositor Repository Repositor Repositor Repository Repository Repository Repositor Repository Repository Repositor Repository Repository Repository Repository Repository Repositor Repository Repositor Repository Repository Repository Repository Repository Repositor Repository

Repositor

Repository

Repository

Repository

Repository

Repositor

Repositor

Repository Universitas Brawijaya

Repository Universitas Brawijaya

Repository Universitas Brawijaya

Repository Universitas Brawijaya Repository Universitas Brawijaya Repository Universitas Brawijaya Repository Universitas Brawijaya Repository U Data penelitian terdahulu yang sesuai dengan pendapat-pendapat di atas di Repository Universitas Brawijaya Repository Universitas Brawijava antaranya penulis dapatkan dari penelitian yang dilakukan oleh Nafisatul Fitriyah (2015) yang berjudul "Pengaruh Kepercayaan Merek, Switching Cost, dan Repussan Konsumen Terhadap Loyalitas Konsumen Pada PT. TIKI Semarang", Repository Universitas Brawijaya Repository Universitas Brawijaya yang salah satu kesimpulannya adalah variabel pertama yang paling dominan Reposition berpengaruh terhadap loyalitas konsumen pada PT. TIKI Semarang adalah variabel Repository Universitas Brawijaya Reposit kepuasan konsumen. Brawijaya Repository Universitas Brawijaya Repository Universitas Brawijaya Berdasarkan uraian di atas, maka variabel kepuasan pelanggan (Customer Repository Universitas Brawijaya Repository Universitas Brawijaya Reposi Satisfaction) dapat dipertimbangkan untuk diteliti, sejauh mana veriabel ini Repository Universitas Brawijava Repository Universitas Brawijaya berpengaruh pada loyalitas pelanggan PT Telkomsel di Kota Malang. Repository Universitas Brawijaya Repository Universitas Brawijaya Repositor Faktor lain yang berpengaruh terhadap loyalitas pelanggan adalah biaya Repository Universitas Brawijaya Repository Universitas Brawijaya beralih (Switching Cost), sebagimana dinyatakan oleh Bulan (2016) dalam penelitiannya, bahwa biaya beralih berpengaruh terhadap loyalitas pelanggan Reposi karena berbagai manfaat yang dimiliki oleh suatu produk jasa harus dibandingkan Repository Universitas Brawijava Repository Universitas Brawijaya dengan berbagai biaya yang ditimbulkan dalam menggunakan layanan jasa tersebut. Berdasarkan penelitian tersebut harga berpengaruh negatif dan signifikan terhadap Repository Universitas Brawijaya Repository Universitas Brawijaya Reposi loyalitas konsumen pada PT. TIKI Jalur Nugraha Ekakurir Agen Kota Langsa. Repository Universitas Brawijaya Repository Universitas Brawijaya Reposit Artinya, semakin tinggi harga, maka semakin kecil loyalitas pelanggan. Repository Universitas Brawijaya Repository Universitas Brawijaya Repository | Data dari penelitian terdahulu yang bisa penulis dapatkan sehubungan Repository Universitas Brawijaya dengan variabel biaya beralih (*switching cost*) terhadap loyalitas pelanggan adalah penelitian yang dilakukan oleh Harum Amalun Nisa, dkk (2013), yang berjudul Repository Universitas Brawijaya Repository Universitas Brawijaya Pengaruh Kepercayaan Merek, Switching Cost, dan Kepuasan Konsumen terhadap Repository Universitas Brawijaya Repository Universitas Brawiiava Loyalitas Konsumen (Studi Pada Pengguna Ponsel Nokia Pada Mahasiswa Fisip Repository Universitas Brawijaya Repository Universitas Brawijaya

Repositor Repository Repository Repository Repository Repositor Repositor Repositor Repository Repository Repository Repositor Repository Repository Repository Repositor Repository Repositor Repositor Repository Repository Repository Repositor Repository Repositor Repositor Repository Repository Repository Repositor Repository Repositor Repositor Repositor Repository Repository Repository Repositor Repositor Repositor

Repositor

Repository

Repository

Repository

Repository

Repository

Repositor

Repositor

Repository Universitas Brawijaya

Repository Universitas Brawijaya

Repository Universitas Brawijaya

Repository Universitas Brawijaya Repository Universitas Brawijaya Repository Universitas Brawijaya Repository Universitas Brawijaya Reposi Universitas Diponegoro Angkatan 2010 Sampai 2012)", yang menyimpulkan Repository Universitas Brawijaya Repository Universitas Brawijava bahwa variabel biaya beralih (switching cost) memiliki pengaruh terbesar terhadap Reposit loyalitas pelanggan, dibandingkan dengan variabel lainnya. Repository Universitas Brawijaya dapat dipertimbangkan untuk diteliti, sejauh mana veriabel ini berpengaruh pada Repository Universitas Brawijaya epository Universitas Brawijaya Reposit loyalitas pelanggan PT Telkomsel di Kota Malang. Universitas Brawijaya Repository Universitas Brawijaya Repository Universitas Brawijaya Repository U Faktor lainnya lagi yang berpengaruh terhadap loyalitas (kesetiaan) Repository Universitas Brawijaya Repository Universitas Brawijaya pelanggan adalah kepercayaan merk (Trust in Brand) sebagaimana pendapat Repository Universitas Brawijaya Repository Universitas Brawijaya Hamka (2010) yang menyatakan kepercayaan merek akan menentukan kesetiaan Repository Universitas Brawijaya kepercayaan akan berpotensi menciptakan Repository Universitas Brawijaya Reposi hubungan-hubungan yang bernilai tinggi. Pendapat lain menyatakan bahwa Repository Universitas Brawijaya Repository Universitas Brawijaya pelanggan yang loyal adalah mereka yang puas dengan produk atau jasa sehingga memiliki antusiasme untuk memperkenalkannya kepada siapapun yang mereka Repository Universitas Brawijaya Repository Universitas Brawijaya Reposit kenal (Putra, 2013). Brawijaya Repository Universitas Brawijaya Repository Universitas Brawijaya Repository Universitas Brawijaya Repository U Kepercayaan merek (Trust in Brand) adalah presepsi akan kehandalan dari Repository Universitas Brawijaya Repository Universitas Brawijaya Reposi sudut pandang konsumen didasarkan pada pengalaman, atau lebih pada urutan-Repository Universitas Brawijaya Repository Universitas Brawijaya Reposi urutan transaksi atau interaksi yang dicirikan oleh terpenuhinya harapan akan kinerja produk dan kepuasan (Ferrina Dewi, 2004). Kemudian (Putra, 2013), Repository Universitas Brawijaya Repository Universitas Brawijaya Reposi menyebutkan ada 3 faktor yang dapat mempengaruhi suatu merek dan Repository Universitas Brawijava Repository Universitas Brawijaya menghubungkannya dengan kepercayaan merek, yaitu: Brand Characteristics, Reposit Compeny characteristics, Custe Repository r Brand Characteristics. Bambang dan Reposi Heriyanto (2017) telah melakukan penelitian terhadap konsumen Toyota Kijang Repository Universitas Brawijaya Repository Universitas Brawijaya Innova pada PT Agung Automall Pekanbaru, dan menghasilkan kesimpulan Repository Universitas Brawijaya Repository Universitas Brawijaya

Repositor

Repository

Repository

Repository

Repository

Repository

Repositor

Repository Repository

Repository

Repository

Repository

Repository

Repository

Repository

Repositor

Repository

Repositor

Repository

Repository

Repository

Repositor

Repository Repository

Repositor

Repository

Repository

Repository

Repository

Repository

Repositor

Repository

Repositor

Repository

Repository

Repository

Repositor

Repository

Repositor

Repositor

Repository

Repository

Repository

Repository

Repository

Repositor

Repositor

Repository Universitas Brawijaya

Repositor

Repository

Repository

Repository

Repository Repository

Repositor

Repositor

Repository

Repository

Repository

Repositor

Repository

Repository

Repository

Repositor Repository

Repositor

Repositor Repository

Repository

Repository

Repositor

Repository

Repository Repositor Repository

Repository

Repository

Repository

Repository

Repositor

Repositor

Repositor

Repositor

Repository

Repository

Repositor

Repository Repositor

Repositor

Repository

Repository

Repository

Repository

Repository

Repositor

Repositor

Repository Universitas Brawijaya

Repository Universitas Brawijaya

Repository Universitas Brawijaya

Repository Universitas Brawijaya

Repository Universitas Brawijaya Repository Universitas Brawijaya Repository Universitas Brawijaya Repository Universitas Brawijaya Reposi variabel brand trust secara parsial berpengaruh positif dan signifikan terhadap Repository Universitas Brawijaya Repository Universitas Brawijaya Reposit loyalitas konsumen. Berdasarkan pendapat-pendapat tersebut terlihat bahwa kepercayaan merk (Trust in Brand) berpengaruh positif terhadap loyalitas Repository Universitas Brawijaya Repost pelanggan (Customer Loyality) Repository Universitas Brawijaya Repository Universitas Brawijaya Repository United Pata Penelitian terdahulu yang peneliti dapatkan tentang variabel Repository Universitas Brawijaya Reposi kepercayaan merk (trust in brand) terhadap loyalitas pelanggan (customer loyalty) Repository Universitas Brawijaya Repository Universitas Brawijaya Reposi adalah penelitian yang dilakukan oleh Meutia Dewi (2018) yang berjudul: "Pengaruh Kepercayaan Merk terhadap Loyalitas Konsumen pada Produk Repository Universitas Brawijaya Repos Kosmetik Pixy (Studi Kasus pada Mahasiswa Universitas Samudra)" yang Repository Universitas Brawijaya Repository Universitas Brawijava menyimpulkan bahwa kepercayaan merk berpenagruh positif terhadap loyalitas konsumen pada produk Kosmetik Pixy. Penelitian terdahulu lainnya yang didapat Repository Repository Universitas Brawijaya Reposi oleh penulis adalah penelitian yang dilakukan oleh Zana Sruni Ramadhani dan Repository Universitas Brawijaya Repository Universitas Brawijaya Teguh Widodo (2019) yang berjudul: "Pengaruh Komunikasi Merek, Citra Merek dan Kepercayaan Merek terhadap Loyalitas Merek Smartphone Lenovo (Studi Reposi Kasus pada Mahasiswa Telkom University di Bandung)". Salah satu kesimpulan Repository Universitas Brawijaya Repository Universitas Brawijaya dari penelitian ini adalah: kepercayaan merek berpengaruh positif secara langsung Repository Universitas Brawijaya terhadap loyalitas. Repository Universitas Brawijaya Repository Universitas Brawijaya Repository Universitas Brawijaya Repository Universitas Brawijaya Repository Berdasarkan uraian di atas, maka variabel kepercayaan merk (trust in brand) dapat dipertimbangkan untuk diteliti, sejauh mana veriabel ini berpengaruh pada Repository epository Universitas Brawijaya Reposit Ioyalitas pelanggan PT. Telkomsel di Kota Malang. Universitas Brawijaya Repository Universitas Brawijaya Repository Universitas Brawijaya Repository UnAtas dasar seluruh uraian di atas, peneliti ingin melakukan penelitian Repository Universitas Brawijaya Repository Universitas Brawijaya Repositentang pengaruh variabel kepuasan pelanggan (Customer Satisfaction), perubahan Repository Universitas Brawijaya Repository Universitas Brawijaya harga (Switching Cost) dan kepercayaan merek (Trust in Brand) terhadap loyalitas Repository Universitas Brawijaya Repository Universitas Brawijaya

Repositor

Repository Universitas Brawijaya

Repository Universitas Brawijaya

Repository Universitas Brawijaya

Repository Universitas Brawijaya Repository Universitas Brawijaya Repository Universitas Brawijaya Repository Universitas Brawijaya Reposi pelanggan (Customer Loyality) pada pengguna kartu perdana Telkomsel di Kota Repository Universitas Brawijaya Repository Universitas Brawijava Malang. Alasan pemilihan Telkomsel di Kota Malang adalah karena Telkomsel merupakan salah satu perusahaan penyedia jasa telekomunikasi terbesar di Reposi Indonesia, dan pada tahun 2019 mengalami penurunan jumlah pelanggan Repository Universitas Brawijaya Repository Universitas Brawijaya Reposit (Kominfo, 2019) as Brawijaya Repository Universitas Brawijaya Penelitian ini penting untuk dilakukan, karena hasil penelitian ini akan Reposi memperkuat Shasil-hasil V penelitian sterdahulu, V tentang faktor-faktor yang Repository Universitas Brawijaya Repository Universitas Brawijaya mempengaruhi loyalitas pelanggan (Customer Loyalty) terutama terhadap produk jasa telekomunikasi di Indonesia. Mengapa dilakukan di Kota Malang, karena Reposi penelitian semacam ini belum pernah dilakukan di Kota Malang. Di samping itu Repository Universitas Brawijaya Repository Universitas Brawijaya Reposi hasil penelitian ini juga dapat memberikan informasi kepada PT Telkomsel Indonesia agar terus menjaga dan meningkatkan pelayanan demi kepuasan Reposi pelanggan, menjaga kepercayaan merk kepada masyarakat, dan mematok harga Repository Universitas Brawijaya Repository Universitas Brawijaya Reposi yang kompetitif, agar tetap eksis sebagai penyedia jasa telekomunikasi dalam Repository Universitas Brawijaya menghadapi persaingan dengan perusahaan sejenis. Repository Universitas Brawijaya Repository Universitas Repository melakukan penelitian yang berkaitan dengan pengaruh kepuasan pelanggan, Repository Universitas Brawijaya Repository Universitas Brawijaya Reposi perubahan harga, dan kepercayaan merek terhadap loyalitas pelanggan, dengan Repository Universitas Brawijaya Repository Universitas Brawijaya judul: "Pengaruh Customer Satisfaction, Switching Cost, dan Trust In Brand terhadap Customer Loyalty (Studi Pada Pengguna Kartu Perdana Telkomsel Reposit**di Kota Malang)".** Brawijaya Repository Universitas Brawijaya

Repository Repository Repository Repository Repository Repositor Repositor Repository Repository Repository Repositor Repository Repository Repository Repositor Repository Repositor Repositor Repository Repository Repository Repositor Repository Repository Repositor Repository Repository Repository Repositor Repository Repository Repository Repositor Repository Repository Repository Repository Repositor Repositor Repositor Repository

Repository

Repository

Repository

Repository

Repositor

Repositor

Repository Universitas Brawijaya

Repository Universitas Brawijaya

Repository Universitas Brawijaya Repository Universitas Brawijaya Repository Berdasarkan latar belakang yang telah diuraikan sebelumnya maka rumusan Repository Universitas Brawijaya Reposi masalah dalam penelitian ini adalah: Repository Universitas Brawijaya Repository 1. Bagaimana pengaruh Customer Satisfaction terhadap Customer Loyalty Repository Universitas Brawijaya Repository Universitas Brawijaya Repository Universitas Brawijaya Repository 2. Bagaimana pengaruh Switching Cost terhadap Customer Loyalty pada Repository Universitas Brawijaya Repository U pengguna kartu perdana Telkomsel di Kota Malang? rsitas Brawijaya 3. Bagaimana pengaruh *Trust in Brand* terhadap *Customer Loyalty* pada Repository Urpengguna kartu perdana Telkomsel di Kota Malang? Sitas Brawijaya Repository Universitas Brawijaya

Repository Universitas Brawijaya

Repository Universitas Brawijaya Repository Universitas Brawijaya

Repository Repository Repository Repository Repository Repository Repositor Repositor Repository Repository Repository Repositor Repository Repository Repository Repository Repository Repositor Repositor Repository Repository Repository Repositor Repository Repository Repositor Repository Repository Repository Repository Repository Repositor Repositor Repositor Repository Repository Repository Repository Repository Repositor Repository Repository Repository Repository Repository Repository

Repositor

Repository Universitas Brawijaya

Repository Universitas Brawijaya

Repository Universitas Brawijaya Repository Universitas Brawijaya Repository Universitas Brawijaya Repository Universitas Brawijaya Reposit 1.3. Tujuan Penelitian awijaya Repository Universitas Brawijaya Repository Universitas Brawijaya Repository Universitas Brawijaya Repository Berdasarkan uraian pada latar belakang dan rumusan masalah, maka tujuan Reposi penelitian yang ingin dicapai melalui penelitian ini adalah: Reposi 1. Untuk mengetahui pengaruh Customer Satisfaction terhadap Customer Repository ULoyalty pada pengguna kartu perdana Telkomsel di Kota Malang. Repository Universitas Brawijaya Repository Universitas Brawijaya 2. Untuk mengetahui pengaruh Switching Cost terhadap Customer Loyalty Repository Universitas Brawijaya Repository Universitas Brawijaya Repository Universitas Brawijaya Repository 3. Untuk mengetahui pengaruh Trust in Brand terhadap Customer Loyalty Repository Universitas Brawijaya Repository Universitas Brawijaya Repository Urpada pengguna kartu perdana Telkomsel di Kota Malangas Brawijaya Repository Universitas Brawijaya Repository Universitas Brawijaya Repository Universitas Brawijaya Repository Universitas Brawijaya Reposit 1.4. Manfaat Penelitian Wijaya Repository Universitas Brawijaya Repository Universitas Brawijaya Repository Universitas Brawijaya Penelitian ini diharapkan dapat bermanfaat bagi semua pihak, adapun manfaat Repository Universitas Brawijaya Repository Universitas Brawijaya penelitian ini adalah sebagai berikut: Repository Universitas Brawijaya Repository Universitas Brawijaya Repository Universitas Brawijaya Repository 1. Bagi peneliti, sebagai sarana untuk melatih berpikir secara ilmiah dengan/a berdasar pada disiplin ilmu yang diperoleh di bangku kuliah khususnya Repository Ulingkup manajemen pemasaran, khususnya mengenai penerapan secara/a Repository Universitas Brawijava Repository Universitas Brawijaya nyata mengenai customer loyalty dan faktor- faktor apa saja yang dapat Repository Universitas Brawijaya mempengaruhinya. Repository Universitas Brawijaya Repository Universitas Brawijaya Repository Universitas Brawijaya Repositor) 2. Bagi perusahaan, hasil penelitian ini diharapkan dapat memberikan/a Repository Universitas Brawijaya Repository Universitas Brawijaya Repository Uinformasi yang bermanfaat bagi perusahaan serta menjadi bahan/a Repository Universitas Brawijaya Pertimbangan dalam merancang strategi untuk meningkatkan *customer* Repository U loyalty pada pelanggan Telkomsel khususnya di Kota Malang. Brawijaya Repository Universitas Brawijaya

Repositor Repository Repository Repository Repository Repository Repositor Repository Repository Repository Repository Repositor Repository Repository Repository Repositor Repository Repositor Repositor Repository Repository Repository Repositor Repository Repository Repositor Repository Repository Repository Repositor Repository Repository Repository Repositor Repository Repository Repository Repository Repositor

Repositor

Repositor

Repository

Repository

Repository

Repository

Repository

Repositor

Repositor

Repository Universitas Brawijaya

Repository Universitas Brawijaya

Repository Universitas Brawijaya Repository Universitas Brawijaya Repositor/3. Bagi pembaca, untuk menambah informasi dan sumbangan pemikiran/a Repository Universitas Brawijaya Repository serta bahan kajian dalam penelitian, tentang factor-faktor yang mempengaruhi loyalitas pelanggan (*Customer Loyality*). Repositor 4. Bagi peneliti lebih lanjut, penelitian ini diharapkan dapat memotivasi Repository Universitas Brawijaya Repository peneliti lain yang ingin mengadakan penelitian lanjutan yang belum Repository Universitas Brawijaya Repository Universitas Brawijaya terjangkau dalam penelitian ini. Repository Universitas Brawijaya Repository Universitas Brawijaya

Repository Universitas Brawijaya

Repository Universitas Brawijaya Repository Universitas Brawijaya

Repository Universitas Brawijaya

Repository Universitas Brawijaya

Repository Repository Repository Repository Repository Repository Repositor Repositor Repository Repository Repository Repositor Repository Repository Repository Repository Repository Repositor Repositor Repository Repository Repository Repositor Repository Repository Repositor Repository Repository Repository Repository Repository Repositor Repositor Repositor Repository Repository Repository Repository Repository Repositor Repository Repository Repository Repository Repository Repository

Repositor

Repository Universitas Brawijaya

Repositor Repository Repository Repository Repository Repositor Repositor Repositor Repository Repository Repository Repositor Repository Repository Repository Repositor Repository Repositor Repositor Repository Repository Repository Repositor Repository Repository Repositor Repository Repository Repository Repository Repository Repositor Repository Repositor Repository Repository Repository Repositor Repositor Repositor Repositor Repositor Repository Repository Repository Repository Repositor

Repositor

Repository Universitas Brawijaya

Repository Universitas Brawijaya

Repository Universitas Brawijaya Repository Universitas Brawijaya Repository Universitas Brawijaya Repository Universitas Brawijaya Repository Universitas Brawijaya Repository Universitas Brawijaya Repository Universitas Brawijaya Repository Universitas Brawijaya Repos outcome positif baik saat ini Repository Universitas Brawijaya Repository Universitas Brawijaya Reposi maupun yang akan datang. Repository Universitas Brawijaya Repos Sedangkan kepuasan pelanggan Repos Repository Universitas Brawijaya tidak berisi dimensi ini. Repository Universitas Brawijaya Repos Repository Universitas Brawijaya Repos Disimpulkan, operator GSM Repository Universitas Brawijaya Reposi harus menitikberatkan pada Repository Universitas Brav vijaya Repos kepercayaan daripada kepuasan. Repository Universitas Bran Berdasarkan hasil uji Frawijaya Repositor 2 Harum Amalun ra Pengaruh Repos Repository Unisa (2013): Bra Kepercayaan menunjukkan bahwa secara Repository Universitas Bra Merek, Switching simultan variabel kepercayaan Repository Universitas Bra merek, switching cost, dan Cost, Dan Repository Universitas Bra kepuasan konsumen Brawijaya Repository Universitas Bra Kepuasan Repos Repository Universitas Bra Konsumen 8008 berpengaruh positif dan awaaya Repository Universitas Bra Terhadap Repos signifikan terhadap loyalitas Repository Universitas Bra konsumen sebesar 50,6% yang Loyalitas Repository Universitas Bra Konsumen (Studi berarti loyalitas konsumen dapat Repository Universitas Bra Repository Universitas Bra Pada Pengguna dijelaskan oleh kepercayaan Repository Universitas Bra Ponsel Nokia merek, switching cost, dan Repository Universitas Bra Pada Mahasiswa kepuasan konsumen sebesar Repository Universitas Bra 50,6%, dan sisanya 49,4% dapat Fisip Universitas Repository Universitas Bra Repository Universitas Bra Diponegoro dijelaskan oleh variabel lain. Repository Universitas Bra Angkatan 2010 Secara parsial berdasarkan uji t Repository Universitas Bra variabel-variabel dalam Sampai 2012 Repository Universitas Bra Repository Universitas Brav penelitian ini berpengaruh Repos vijaya Repository Universitas Brawijaya Repos positif dan signifikan dimana Repository Universitas Brawijaya Repos switching cost memiliki Repository Universitas Brawijaya Repos pengaruh terbesar yaitu sebesar Repository Universitas Brawijaya Repos 32,9%, sedangkan kepercayaan Repository Universitas Brawijaya Reposi Repository Universitas Brawijaya Reposi merek memiliki pengaruh Repository Universitas Brawijaya terendah yaitu sebesar 7,3%. Repository Universitas Brawijava Repository Universitas Brawijaya Repository Universitas Brawijaya

Repository Universitas Brawijaya

Repository Universitas Brawijaya

Repositor Repository Repository Repository Repository Repository Repositor Repository Repository Repository Repository Repositor Repository Repository Repository Repositor Repository Repositor Repositor Repository Repository Repository Repositor Repository Repository Repositor Repository Repository Repositor Repository Repository Repositor Repository Repositor Repository Repository Repository Repository Repository Repositor Repository Repositor Repository Repository Repository Repository

Repositor

Repository

Repository Repository Repository Repository Repository Repository Repository Repository Repository Repository Repository Repository Repository Repository Repository Repository

Repository Repository Repository Repository Repository Repository Repository Repository Repository Repository Repository Repository Repository Repository Repository Repository Repository

Repository Repository Repository Repository Repository

Repository Repository Repository

Repository Repository

Repositor

Repository Universitas Brawijaya

Repository Universitas Brawijaya

Repository Universitas Brawijaya

| Renneitory | Universitas | Bray | wiiava | Rannei | 16 itory Universitas Brawijaya |
|---|----------------------------|----------------|--------------------|----------|--|
| | Universitas | | | , | itory Universitas Brawijaya |
| | Universitas | | | | itory Universitas Brawijaya |
| | Universitas | | | | itory Universitas Brawijaya |
| Repositor3 | Giselasitas | | Pengaruh | | Hasil penelitian ini adalah: |
| Repository | Ekachristie | Brav | Customer | 275 | 1. Customer satisfaction disini |
| Repository | Universitas | Brav | vilava | Ranne | toru Haireraitan Drawiinun |
| Repository | Risdianto (20 | Brav Brav | Satisfacti | on Dan | memiliki memiliki hubungan |
| Repository | Universitas | Brav | Switching | Reposi | yang positif signifikan, dan kuat |
| Repository | Universitas | Brav | Barriers | Reposi | terhadap customer trust awijaya |
| Repository | Universitas | Brav | Terhadap | Reposi | pelanggan TB Petra Togamas. |
| Repository | Universitas | Brav | Customer | Reposi | 2. Switching barriers merupakan |
| Repository | Universitas | Brav | vijaya | Keposi | iuly ulliversitas diawijaya |
| Repository | Universitas | Brav | Dengan C | ustomer | sebuah prediktor yang secara |
| | Universitas | Brav | Trust Seb | agaipos | statistik berpengaruh signifikan |
| - · · · · · · · · · · · · · · · · · · · | Universitas | and the second | Variabel | Reposi | terhadap customer loyalty. |
| | Universitas | | Moderatii | ng Pada | 3. Customer trust secara statisik |
| | Universitas | | Toko Bul | Kehnzi | tury universitas drawijaya |
| | Universitas | | vijarya | D | tidak berpengaruh secara |
| | Universitas | | Togamas | Reposi | signifikan terhadap <i>customer</i> aya |
| | Universitas | | Surabaya | 700% | loyalty.niversitas Brawijaya |
| - 1 - 1 - 1 - 1 - 1 - 1 - 1 - 1 - 1 - 1 | Universitas | and the | | Reposi | 4. Variabel <i>customer loyalty</i> |
| | Universitas Universitas | | 2 0 | Reposi | disini menunjukkan nilai |
| | Universitas | | | Reposi | coefficient determination (R2) |
| | Universitas | in the second | | Reposi | ton dinicornitas Drawilava |
| | Universitas | | 2 2 | Reposi | sebesar 0.502 atau 50.2%. |
| | Universitas | | | Reposi | Artinya variabel <i>customer</i> |
| | Universitas | | | Reposi | loyalty dapat dijelaskan atau |
| 2 4 | Universitas | | 2 2 | Reposi | dipengaruhi oleh variabel wilaya |
| Repository | Universitas | Brav | vijaya | Reposi | |
| Repository | Universitas | Brav | vijaya | Reposi | tory Universitas Brawijava |
| Repository | Universitas | Brav | vijaya | Reposi | 7 |
| Repository | Universitas | Brav | vijaya | Repos | sebesar 50.2% dan sisanya oleh |
| 1 | Universitas | Brav | vijaya | Reposi | variabel lainnyatas Brawijaya |
| Repository | Nafisatul Fitr | iyah | Pengaruh | | Hasil penelitian menunjukkan |
| Repository | Universitas | Brav | Vijaya Kepercay | Reposi | tory Universitas Brawijaya |
| Repository | (2015) _{sitas} | Service . | | | tory Universitas Brawijaya |
| | Universitas | Pile | 13 111 111 | | 1. Variabel pertama yang paling |
| 1 / | Universitas | | 7.7 | | dominan berpengaruh terhadap |
| | Universitas | | Kepuasan | Penns | loyalitas konsumen pada PT. |
| | Universitas | Did! | Konsume | nepusi | tory Universitas Brawijaya tory Universitas Brawijaya |
| | Universitas Universitas | Rray | vijaya | Ranne | itory Universitas Brawijaya |
| | Universitas | | | | itory Universitas Brawijaya itory Universitas Brawijaya |
| , , , , , , , , , , , , , , , , , , , | Universitas | | | | itory Universitas Brawijaya |
| r copositor y | Child Charles | ED | viju y o | I (Ohoo) | and the second of the second |

Repository

Repository Repository Repository Repository Repository

Repository Universitas Brawijaya

| Repository Universitas Braw | ijaya Reposi | tory Universitas Brawijaya |
|--|---------------------------|--|
| Repository Universitas Braw | ijaya Reposi | tory Universitas Brawijaya |
| Repository Universitas Braw | ijaya Reposi | tory Universitas Brawijaya |
| Repository Universitas Braw | | tory Universitas Brawijaya |
| Repository Universitas Braw | | |
| Repository Universitas Braw | | kepuasan konsumen. Brawijaya |
| Repository Universitas Braw | Konsumen Pada | 2. Variabel kedua yang |
| Repository Universitas Braw | ijaya Keposi PT Tiki D | berpengaruh terhadap loyalitas |
| Repository Universitas Braw | | |
| Repository Universitas Braw Repository Universitas Braw | | 4 1 1 1 1 1 1 1 1 1 1 1 1 1 1 1 1 1 1 1 |
| Repository Universitas Braw | | Semarang adalah variabel |
| Repository Universitas Braw | 2 2 | kepercayaan merek. |
| Repository Universitas Braw | J 7 | 3. Variabel ketiga yang |
| Repository Universitas Braw | 2 2 | berpengaruh terhadap loyalitas |
| Repository Universitas Braw | 2 2 | konsumen pada PT. TIKI WIJAYA |
| Repository Universitas Braw | | Semarang adalah variabel |
| Repository Universitas Braw | | Semarang adalah variabel tory Universitas Brawijaya |
| Repository Universitas Braw | ijaya Reposi | switching cost itas Brawijaya |
| Repositor 5 Unira Niswahtun a W | Pengaruh Reposi | Hasil analisis berganda awijaya |
| Repository Qonitat (2018) rav | Kepuasan Reposi | menunjukkan bahwa secara |
| | Pelanggan, | simultan dan parsial Kepuasan |
| repository universitas braw | ijaya Nepusi | wiy Ottiverstes Diawijaya |
| Tropootiony officorono broth | Switching Barrier | Pelanggan (X1), Switching |
| Danasitan, Halvaraitas Drave | ilaya Danasi | Barrier(X2) dan Kepercayaan |
| The second of the second black to the second black of the second black of the second black of the second black of the second of the second black o | Merek Terhadap | Merek (X3) mempunyai |
| Repository Universitas Braw | Customer | pengaruh signifikan terhadap |
| 1 | Retention (Survei | Customer Retention (Y). Hal ini |
| | Pada Mahasiswa | ditunjukkan dengan hasil uji aya |
| Ph. 1. 1. 1. 1. 1. 1. 1. 1. 1. 1. 1. 1. 1. | S1 Universits | simultan diperoleh signifikansi |
| | Brawijaya | nilai F hitung sebesar 78,967, |
| Repository Universitas Braw | Brawijaya | tory Orriversitas Drawijaya |
| Repository Universitas Braw | Malang Reposi | sedangkanFtabel ($\alpha = 0.05$; df $_{\odot}$ |
| Repository Universitas Braw | Pelanggan Reposi | regresi = 3 : df residual = 112) |
| Repository Universitas Braw | Produk Merek | adalah sebesar 2,680,maka |
| Repository Universitas Braw Repository Universitas Braw | iiaya Reposi Wardah) - | model analisis regresi adalah |
| Repository Universitas Braw | 2 2 | |
| Repository Universitas Braw | 2 2 | tsignifikan versitas Brawijaya |
| Sumber: Daftar Pustaka, 201 | | tory Universitas Brawijaya |
| Repository Universitas Braw | | tory Universitas Brawijaya |
| | Haua Danani | tanı Ingranama Grassmara |
| Repository Universitas Braw Repository Universitas Braw | | tory Universitas Brawijaya tory Universitas Brawijaya |

Repository Universitas Brawijaya

Repository Repositor Repository Repositor

Repository Universitas Brawijaya

Repository Universitas Brawijaya Repository Universitas Brawijaya Repository Universitas Brawijaya Repository Universitas Brawijaya Repository Universitas Brawijaya Repository Universitas Brawijaya Repository Universitas Brawijaya Repository Universitas Brawijaya Reposi 2.2. Teori Yang Digunakan aya Repository Universitas Brawijaya Repository Universitas Brawijaya Repository Universitas Brawijaya Repository Universitas Brawijaya
Repository Universitas Brawijaya
Repository Universitas Brawijaya
Repository Universitas Brawijaya Repository Universitas Brawijaya Repository Universitas Brawijaya Repository Univ 2.2.1.1. Pengertian Loyalitas (Loyalty) Universitas Brawijaya Repository Universitas Brawijaya Repository Universitas Brawijaya Repository Universita Loyalitas pelanggan sebagai komitmen pelanggan terhadap Repository Universitas Brawijaya Repository Universitas Brawijaya Repository Univ suatu merek, toko, pemasok berdasarkan sikap yang sangat positif dan tercermin dalam pembelian ulang yang konsisten. Loyalitas sebagai Repository Univ perilaku dan loyalitas sebagai sikap (Fandy Tjiptono (2014). Dengan Repository Universitas Brawijaya Repository Universitas Brawijaya Repository Univ kata lain, loyalitas dapat ditinjau dari merek produk/jasa apa yang dibeli Repository Universitas Brawijaya Repository Universitas Brawijaya Repository Universitas Brawijaya konsumen dan bagaimana perasaan (sikap konsumen) terhadap merek Repository Universitas Brawijaya Repository Universitas Brawijaya Repository Universitas Brawijaya Repository Universitas Brawijaya Repository Universita Loyalitas merupakan aset berharga bagi setiap perusahaan. saat ini berlomba-lomba untuk meraih Repository Universitas Brawijaya Repository University apparation peritel Repository Univ pelanggannya dengan menciptakan loyalitas. (Gee et al, dalam Abu Repository Universitas Brawijaya Repository Universitas Brawijaya Repository Univ Bakar, 2010). Keuntungan dari loyalitas pelanggan yaitu biaya Repository Universitas Brawijaya Repository Universitas Brawijava pemeliharaan pelanggan loyal lebih sedikit dari pada biaya yang Repository Univ dikeluarkan untuk memperoleh pelanggan baru, pelanggan yang loyal Repository Universitas Brawijaya Repository Universitas Brawijaya Repository Univ bersedia membayar biaya yang lebih tinggi untuk satu set produk atau Repository Universitas Brawijaya Repository Universitas R sebagai agen pemasaran dari mulut ke mulut (word-of-mouth). Repository Universitas Brawijaya Repository Universitas Reposito Repository Univ kedalam dua kelompok yaitu loyalitas merek (brand loyalty) dan Repository Universitas Brawijaya Repository Universitas Brawijaya Repository Univ loyalitas toko (store loyalty). Loyalitas konsumen dapat didefinisikan Repository Universitas Brawijaya Repository Universitas Brawijaya

Repositor Repository Repository Repository Repository Repositor Repositor Repository Repository Repository Repository Repositor Repository Repository Repository Repositor Repository Repositor Repositor Repository Repository Repository Repositor Repository Repository Repositor Repository Repository Repository Repository Repository Repository Repository Repositor Repository Repository Repository Repositor Repositor Repositor Repositor Repository Repository Repository Repository

Repository

Repositor

Repositor

Repository Universitas Brawijaya

Repository Universitas Brawijaya

Repository Universitas Brawijaya Repository Universitas Brawijaya Repository Universitas Brawijaya Repository Universitas Brawijaya Repository Universitas Brawijaya Repository Universitas Brawijaya Repository Universitas Brawijaya Repository Universitas Brawijaya Repository Univ sebagai sikap menyukai terhadap suatu merek yang direpresentasikan Repository Universitas Brawijaya Repository Univ (Sutisna, 2013). ijaya Repository Universitas Brawijaya dapat diamati dari loyaitas pelanggan ini Repository Univ menurut Sutisna (2013) adalah: 1) Keinginan untuk melanjutkan Repository Universitas Brawijaya Repository Universitas Brawijaya Repository University berlangganan dalam jangka panjang; 2) Kemantapan untuk membeli secara berulang-ulang terhadap produk; 3) Merekomendasikan atau Repository Univ menyarankan kepada orang lain untuk menggunakan produk. Wijaya Repository Universitas Brawijaya Repository Universitas Brawijaya Repository Universitas Menurut Ali Hasan (2013), menyatakan bahwa loyalitas Repository Universitas Brawijaya Repository Univ pelanggan sebagai orang yang membeli, khususnya yang membeli Repository Universitas Brawijaya Repository Universitas Brawijava Repository Univ secara teratur dan berulang-ulang. Loyalitas berarti pelanggan yang terus melakukan pembelian secara berkala. Pelanggan yang dianggap Repository Univloyal akan berlangganan atau melakukan pembelian ulang selama Repository Universitas Brawijaya Repository Universitas Brawijaya Repository Univ jangka waktu tertentu. Pelanggan yang loyal sangat berarti bagi badan usaha karena biaya untuk mendapatkan pelanggan baru lebih mahal Repository Universitas Brawijaya Repository Univ daripada memelihara pelanggan lama (Jerry dan Olson, 2014). Wijaya Repository Universitas Brawijaya Repository Universitas Brawijaya Repository Universita Loyalitas menurut Moorhead dan Griffin (2013) lebih mengacu Repository Universitas Brawijaya Repository Universitas Brawijaya Repository Universal wujud perilaku dari unit-unit pengambilan keputusan untuk Repository Universitas Brawijaya melakukan pembelian secara terus-menerus terhadap barang atau jasa Repository Universatu perusahaan yang dipilih. Pelanggan merekomendasikan loyalitas Repository Universitas Brawijaya Repository Universitas Brawijaya Repository Universeka pada suatu perusahaan atau merek dengan membeli berulang Repository Universitas Brawijaya Repository Universitas Brawijaya Repository Universitas Brawijaya kali, membeli produk atau jasa tambahan perusahaan tersebut, dan Repository Universitas Brawijaya Repository Universitas Brawijaya

Repositor Repository Repository Repository Repository Repositor Repositor Repository Repository Repository Repository Repositor Repository Repository Repository Repositor Repository Repositor Repositor Repositor Repository Repository Repositor Repository Repository Repositor Repositor Repository Repositor Repositor Repository Repositor Repositor Repositor Repository Repository Repository Repositor Repositor Repository Repositor Repository

Repository

Repository

Repository

Repository

Repositor

Repositor

Repository Universitas Brawijaya

Repositor

Repository Universitas Brawijaya

Repository Universitas Brawijaya

Repository Universitas Brawijaya

Repository Universitas Brawijaya Repository Universitas Brawijaya Repository Universitas Brawijaya Repository Universitas Brawijaya Repository Universitas Brawijaya Repository Universitas Brawijaya Repository Universitas Brawijaya Repository Universitas Brawijaya Repository Univ merekomendasikannya pada orang lain. Masih menurut Griffin yang loyal memiliki karakteristik sebagai Repository Universitas B Repository University 1), "pelanggan Repository berikut: 1. Melakukan pembelian secara teratur (makes regular repeat Repository Universitas Brawijaya Repository Universitas Brawijaya Repository Univ purchases). 2. Membeli diluar lini produk atau jasa (purchases across Repository Universitas Brawija va Repository Universitas Brawija va product and service line). 3. Merekomendasikan produk lain (refers Repository Univother) 4. Menunjukan kekebalan dari daya tarik produk sejenis dari Repository Universitas Brawijaya Repository Universitas Brawijaya Repository universaling (demonstrates an immunity to the full of the competition)". Repository Universitas Brawijaya Repository Universitas Brawijaya Repository Universita Selanjutnya/Amin Widjaja (2013), menyatakan bahwa Repository Universitas Brawijaya Repository Universitas Brawijaya Repository Univ customer loyalty adalah kelekatan pelanggan pada suatu merek, toko, pabrikan, pembelian jasa, atau entitas lain berdasarkan sikap yang Repository Univ menguntungkan dan tanggapan yang baik seperti membeli ulang. Repository Universitas Brawijaya Repository Universitas Brawijaya Repository Univ Sedangkan menurut Griffin (2013) konsep loyalitas pelanggan lebih banyak dikaitkan dengan perilaku (behavior) dari pada dengan sikap. Repository Univ Repository Univers Repository Univ Bila seseorang merupakan pelanggan loyal, ia menunjukkan perilaku Repository Universitas Brawijaya Repository Universitas Brawijaya Repository Univ pembelian yang didefinisikan sebagai pembelian non random yang Repository University Brawing Repository University Brawing Repository University Brawing Brawing Repository University Brawing Repository Repository Universitasan Brawijaya Repository Universitas Brawijaya Repository Universitas Brawijaya Repository Universitas Brawijaya Repository Universitas Brawijava pelanggan yang loyal seorang harus melalui Repository Universitas Brawijaya Repository Universitas Brawijaya beberapa tahapan, pelanggan yang loyal timbul secara bertahap. Proses Repository Universitas Brawijaya Repository Universitas Brawijaya Repository Universitas Brawijaya Repository Universitas Brawijaya waktu tertentu, dengan kasih sayang, dan Repository Universitas Brawijava Repository Universitas Brawijava Repository Universitas Brawijava Repository Universitas Brawijava dengan perhatian yang diberikan pada tiap-tiap tahap pertumbuhannya. Repository Universitas Brawijaya Repository Universitas Brawijaya Repository Setiap tahap memiliki kebutuhan khusus. Dengan mengenali setiap Repository Universitas Brawijaya Repository Universitas Brawijaya Repository Universitas Brawijaya Repository Universitas Brawijaya

Repository Repository Repository Repository Repositor Repositor Repository Repository Repository Repository Repositor Repository Repository Repository Repositor Repository Repositor Repositor Repository Repository Repository Repositor Repository Repository Repositor Repositor Repository Repository Repository Repository Repositor Repository Repositor Repository Repository Repository Repository Repositor Repositor Repositor

Repository

Repository

Repository

Repository

Repository

Repositor

Repositor

Repository Universitas Brawijaya

Repository Universitas Brawijaya

Repository Universitas Brawijaya

Repository Universitas Brawijaya Repository Universitas Brawijaya Repository Universitas Brawijaya Repository Universitas Brawijaya Repository Universitas Brawijaya Repository Universitas Brawijaya Repository Universitas Brawijaya Repository Universitas Brawijaya Repository Univ tahapa dan rememuhi kebutuhan khusus tersebut, perusahaan Repository Universitas Brawijaya Repository Universitas Brawijaya Repository Univ mempunyai peluang yang lebih besar untuk mengubah pembeli menjadi Repository Universitas Brawijaya Repository Uni 2.2.1.2. Indikator Loyalitas Pelanggan (Customer Loyalty) rawijava Repository Universitas Brawijaya Repository Universitas Brawijaya Repository Universit Zeithaml et al. (2016) menyatakan dengan beberapa indikatora va Repository Universitas Brawijava Repository Universitas Brawijava Repository Universitas Brawijava Repository Universitas Brawijaya Repository Unive Repository Universitas Brawijaya Repository Uni 1. Mengatakan hal yang positif tentang perusahaan kepada orang ya Repository Universitas Brawijaya Repository Universitas Brawijaya Repository Unive**lait**as Brawijaya Repository Universitas Brawijaya Repository Un 3. Mendorong orang lain agar melakukan pembelian. Repository Universitas Brawijaya Repository Universitas Brawijaya untuk menjadi pilihan pertama dalam Repository Universitas Brawijaya Repository Universitas Brawijaya Repository Universitas Brawijaya S. Berkeinginan untuk melakukan pembelian ulang di waktu yang Repository Universitas Brawijaya Repository Universitas Brawijaya Repository University datang.wijaya Repository Universitas Brawijaya Repository Universitas Brawijaya Repository Universitas Brawijaya Repository Uni 2.2.1.3. Aspek-Aspek Loyalitas Pelanggan Iniversitas Brawijaya Repository Universitas Brawijaya Repository Universitas Brawijaya Repository Universit Memiliki pelanggan yang loyal adalah suatu hal yang sangat Repository Universitas Brawijaya Repository Universitas Brawijaya Repository Uniberharga bagi perusahaan. Beberapa karakteristik konsumen yang loyal Repository Universitas Brawijaya Repository Universitas Brawijaya

Repository Universitas Brawijaya

Repository Universitas Brawijaya

Repositor Repository Repository Repository Repository Repositor Repositor Repositor Repository Repository Repository Repository Repository Repository Repository Repositor Repository Repositor Repositor Repository Repository Repository Repositor Repository Repository Repositor Repository Repository Repository Repository Repository Repository Repositor Repositor Repository Repository Repository Repository Repositor Repositor Repositor Repository Repository Repository Repository Repository

Repositor

Repository Universitas Brawijaya Repository In 1. Makes regular reperat purchase. (melakukan pembelian secara Repository Universitas Brawijaya Repository Universitas Brawija teratur). Pelanggan yang telah melakukan pembelian suatu produk Repository Universitas Brawijaya dua kali atau lebih. Universitas Brawijaya Repository Universitas Brawijaya Repository Universitas Brawijaya Repository 2. Purchase across product or service lines. (membeli diluar lini produk Repository Universatau jasa). Membeli semua barang atau jasa yang ditawarkan dan Repository Universitas Brawijaya Repository Universitas Brawijaya Repository Univermereka butuhkan. Mereka membeli secara teratur, hubungan dengan jenis pelanggan ini sudah kuat dan berlangsung lama serta membuat Repository Universitas Brawijaya Repository Universeka tidak terpengaruh oleh produk pesaing ersitas Brawijaya Repository Universitas Brawijaya Repository Universitas Brawijaya Repository Uni 3. Refers other (menarik pelanggan baru untuk perusahaan atau Repository Universitas Brawijaya Repository Universitas Brawijaya Repository Universe menciptakan prospek bagi perusahaan dengan merekomendasikan Repository Universitas Brawijava Repository Universitas Brawijava Repository Universitas Brawijava Repository Universitas Brawijava Produk atau jasa kepada orang lain). Membeli barang atau jasa yang Repository Univerditawarkan dan yang mereka butuhkan, serta melakukan pembelian Repository Universitas Brawijaya Repository Universitas Brawijaya Repository Universecara teratur. Selain itu, mereka mendorong orang lain agar membeli Repository Universitas Brawijaya Repository Universitas Repos Repository Universiah melakukan pemasaran untuk perusahaan dan membawa Repository Universitas Brawijaya Repository Uni 4. Demonstrate immunity to the pull of the competition (tidak Repository Universitas Brawijaya Repository Universitas Brawijaya Repository Univerterpengaruh daya tarik pesaing atau menolak produk pesaing). Repository Universitas Brawijaya Repository Universitas Brawijaya Repository Universit Saputro (2013) dalam penelitiannya mengemukakan indikator Repository Universitas Brawijaya Repository Universitas Brawijaya Repository Universitas pelanggan sebagai berikut: Universitas Brawijaya Repository Universitas Brawijaya Repository Universitas Brawijaya Repository Uni 1. Frekuensi penggunaan jasa. Konsumen yang loyal akan menggunakan Repository Universal jasa atau produk tertentu secara berturut-turut minimal 3 kali, loyalitas Repository Universitas Brawijaya Repository Universitas Brawijaya

Repositor Repository Repository Repository Repository Repositor Repositor Repositor Repository Repository Repository Repositor Repository Repository Repository Repositor Repository Repositor Repositor Repository Repository Repository Repositor Repository Repository Repositor Repository Repository Repository Repositor Repository Repositor Repository Repositor Repository Repository Repository Repositor Repositor Repositor

Repositor

Repository Repository

Repository

Repository

Repository

Repositor

Repositor

Repository Universitas Brawijaya Repository University konsumen juga dinilai berdasarkan perbandingan pembelian atau Repository Universitas Brawing and Brawing Repository Universitate penggunaan jasa yang dilakukan konsumen terhadap produk tersebut Repository Univedengan produk lainnya. Repository Universitas Brawijaya Repository Universitas Brawijaya Repository Universitas Brawijaya 2. Merekomendasikan pada orang lain. Loyalitas konsumen dapat dilihat Repository Universitas Brawijay Repository Repository Universala sejauh mana konsumen tersebut mau merekomendasikan orang Repository Universitas Brawijaya Repository Universitas Brawijaya Repository Univelain untuk melakukan pembelian atau penggunaan jasa sebuah produk Repository Universitas tanpa didasari tujuan yang berlandaskan keuntungan atau Repository Universitas tanpa didasari tujuan yang berlandaskan keuntungan atau Repository University and Indian Repository University Andread Repository University Indian Repository University Repository Universitas Brawijaya Repository Un 3. Tidak tertarik menggunakan jasa dari perusahaan lain. Konsumen Repository Universitas Brawijaya Repository Universitas Brawijaya Repository Universitas Brawijaya Repository University produk lain, selama produk yang disukai dapat ditemukan atau tidak Repository Universitas Brawijaya Repository Uni 4. Setia terhadap merek. Kesetian terhadap merek ditujukan dengan Repository Universitas Brawijaya Repository Universitas Brawijaya Repository Univerkeinginan untuk senantiasa menggunakan produk tersebut sesuai dan Repository Universitas Brawijaya Repository Uni 2.2.1.4. Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Loyalitas Pelanggan 🗸 Repository Universitas Brawijaya Repository Universitas Brawijaya Repository Universit Menurut Robinette (2011) faktor-faktor yang mempengaruhi Repository Universitas Brawijaya Repository Universitas Brawijaya Repository Unidovalitas pelanggan adalah: Repository Universitas Brawijaya Repository Universitas Brawijaya Repository Universitas Brawijaya Repository Unil. Faktor pertama, yaitu perhatian (caring), perusahaan harus dapat Repository Universitas Brawijava Repository Universitas Repository Universitas Brawijava Repository Universitas Repository Universitas Repository Universitas Reposit Repository Universitas Brawijaya Repository Universitas Brawijaya

Repositor Repositor Repository Repository Repository Repositor Repositor Repositor Repository Repository Repository Repositor Repository Repository Repository Repositor Repository Repositor Repositor Repository Repository Repository Repositor Repository Repository Repositor Repository Repository Repository Repositor Repository Repository Repository Repositor Repository Repository Repository Repositor Repositor Repositor Repositor Repositor Repository Repository Repository

Repository

Repositor

Repositor

Repository Universitas Brawijaya

Repository Universitas Brawijaya Repository Universitas Brawijaya Repository Universitas Brawijaya Repository Universitas Brawijaya Repository Universitas Brawijaya Repository Universitas Brawijaya Repository Universitas Brawijaya Repository Universitas Brawijaya Repository Univerpermasalahan yang dihadapi oleh pelanggan. Dengan perhatian itu, Repository Universitas Brawijaya pelanggan akan menjadi puas terhadap perusahaan dan melakukan Repository Univertransaksi ulang dengan perusahaan, dan pada akhirnya mereka akan Repository Universitas Brawijaya Repository Universitas Brawijaya Repository Universenjadi pelanggan perusahaan yang loyal. Semakin perusahaan Repository Universitas Brawijaya Repository Universitas Brawijaya menunjukkan perhatiannya, maka akan semakin besar loyalitas Repository Universiting an itu muncul. Repository Universitas Brawijaya Repository Universitas Brawijaya Repository Universitas Brawijaya Repository University 2. Faktor kedua, yaitu kepercayaan (trust), kepercayaan timbul dari Repository Universatus proses/lyang lama sampai kedua belah pihak saling Repository Universitas Brawijaya Repository Universitas Brawijaya Repository Univermempercayai. Apabila kepercayaan sudah terjalin di antara pelanggan dan perusahaan, maka usaha untuk membinanya akan lebih mudah, Repository Univehubungan perusahaan dan pelanggan tercermin dari vingkat Repository Universitas Brawijaya Repository Universitas Brawijaya Repository Univekepercayaan (trust) para pelanggan. Apabila tingkat kepercayaan Repository Universitas Brawijaya Pelanggan tinggi, maka hubungan perusahaan dengan pelanggan akan Repository Universitas Brawijaya Repository Universenjadi kuat. Salah satu cara yang dapat dilakukan perusahaan dalam Repository Universitas Brawijaya Repository Universitas Brawijaya Repository Univermembina hubungan dengan pelanggan, yaitu segala jenis produk yang Repository Universitas Brawijava Repository Universeperti yang seharusnya atau sebagaimana dijanjikan, sehingga Repository Universitas Brawijaya Repository Universitas Brawijaya Repository Universelanggan atidak merasa tertipu, yang mana halBini dapat Repository Universitas Brawijaya Repository Universitas dapat memberikan perlindungan kepada pelanggannya, baik Repository University berupa kualitas produk, pelayanan, komplain ataupun layanan purna Repository Universitas Brawijaya Repository Universitas Brawijava Repository jual. Dengan demikian, pelanggan tidak khawatir perusahaan dalam Repository Universitas Brawijaya Repository Universitas Brawijaya

Repositor Repository Repository Repository Repository Repository Repositor Repository Repository Repository Repository Repositor Repository Repository Repository Repositor Repository Repositor Repositor Repository Repository Repository Repositor Repository Repository Repositor Repository Repository Repository Repository Repository Repository Repository Repositor Repository Repository Repository Repository Repository Repositor Repository Repository Repository Repository Repository

Repository

Repositor

Repositor

Repository Universitas Brawijaya

Repositor

Repository Universitas Brawijaya

Repository Universitas Brawijaya Repository Universitas Brawijaya Repository Universitas Brawijaya Repository Universitas Brawijaya Repository Universitas Brawijaya Repository Universitas Brawijaya Repository Universitas Brawijaya Repository Universitas Brawijaya Repository Universelakukan transaksi dan berhubungan dengan perusahaan, karena Repository Universitas Brawijaya Repository Universitas Repository Repository Universitana Prawijaya Repository Universitas Brawijaya Repository Universitas Brawijaya Repository Universitas Brawijaya Repository University 4. Faktor keempat, yaitu kepuasan akumulatif (overall satisfaction), Repository Universitas Brawijaya Repository Universepuasan akumulatif adalah keseluruhan penilaian berdasarkan total Repository Universitas Brawijaya Repository Universitas Brawijaya Repository Univerpembelian dan konsumsi atas barang dan jasa pada suatu periode tertentu. Kepuasan akumulatif ditentukan oleh berbagai komponen Repository Universitas Brawijaya Repository Universeperti kepuasan terhadap sikap agen (service provider) dan kepuasan Repository Universitas Brawijaya Repository Universitas Brawijaya Repository Univerterhadap perusahaan itu sendiri. Oleh karena itu, perusahaan harus Repository Universation dapat memberikan rasa puas kepada pelanggan dalam melakukan Repository Universegala transaksi dengan eperusahaan, Usehingga dalam hala ini Repository Universitas Brawijaya Repository Universitas Brawijaya Repository Univerperusahaan harus memperhatikan dan meningkatkan fungsi dan Repository University kegunaan dari segala fasilitas dan sumber daya yang dimiliki agar Repository University pelanggan dapat memanfaatkannya kapan saja dan dimana saja. Jaya Repository Universitas Brawijaya Repository Universitas Brawijaya Repository Universitas Menurut ay Dharmmesta (2011) of faktor-faktor wang Repository Universitas Brawijaya Repository Universitas Brawijaya Repository Universe mempengaruhi loyalitas adalah: 1) Harga, 2) pelayanan, 3) kualitas Repository Universitas Brawijaya Repository Universitas Brawijaya produk, dan 4) promosi. Harga jual yang ditetapkan oleh perusahaan Repository Universitas Brawniaruhi pelanggan untuk menentukan apakah tetap Repository Universitas Brawijaya Repository Universitas Brawijaya Repository Universelakukan pembelian di masa yang akan datang atau tidak.awijaya Repository Universitas Brawijaya Repository Universitas Brawijaya Repository Universitas Pelayanan yang diberikan dengan sebaik-baiknya diharapkan Repository Universitas Brawijaya Repository Universitas Brawijaya Repository Univedapat memuaskan konsumen dalam menggunakan jasa/jyang Repository Universitas Brawijaya ditawarkan. Pada tahap Repository Universitas Brawijaya selanjutnya dapat meningkatkan pelanggan Repository Universitas Brawijaya Repository Universitas Brawijaya

Repository Repository Repository Repository Repositor Repositor Repository Repository Repository Repository Repositor Repository Repository Repository Repositor Repository Repositor Repositor Repository Repository Repository Repositor Repository Repository Repositor Repository Repository Repository Repositor Repository Repositor Repository Repositor Repositor Repository Repository Repositor

Repositor

Repository

Repository Repository

Repository

Repository

Repository

Repository

Repositor

Repositor

Repository Universitas Brawijaya Repository Universeguna jasa tersebut sebanyak mungkin serta mampu Repository Universitas Brawijaya Repository Universitas Repository Repository Univernengatakan bahwa biasanya jasa pelayanan kepada pelanggan yang Repository Universitas Brawijaya Repository Universitas Brawijaya Repository Unive bertaraf tinggi akan menghasilkan kepuasan bertaraf tinggi pula serta Repository Universitas Brawijava Repository Universitas Repository Universi Repository Universitas Brawijaya Repository Universitas Brawijaya Repository Universitas Schubungana dengan kualitas produk, Kotler (2016) mengatakan bahwa produk secara luas didefinisikan sebagai sesuatu Repository Universitas Brawijaya Repository University yang dapat ditawarkan kepada seseorang untuk memuaskan sesuatu Repository Universitas Brawijaya Repository Universitas Brawijaya Repository Univerkebutuhan atau keinginan. Jadi produk yang ditawarkan kepada Repository University pelanggan, termasuk kualitas, penampilan, gaya, ukuran, jenis atau Repository Universacam, dapat digunakan untuk membuat menarik pelanggan agar Repository Universitas Brawijaya Repository Universitas Brawijaya Repository Universelated melakukan pembelian ulang yang akhirnya menjadi loyal. Repository Universitas Brawijaya Repository Universitas Brawijaya Repository Universitas Promosi adalah suatu komunikasi informasi penjual dan Repository Universitas Brawijaya Repository Univerpembeli, yang sebelumnya tidak mengenal menjadi mengenal Repository Universitas Brawijaya Repository Universitas Brawijaya Repository Universelingga menjadi pembeli dan mengingat produk tersebut. awijaya Repository Universitas Brawijaya Repository Universitas Brawijaya Repository Universitas Menurut Gaffar (2012), loyalitas pelanggan dipengaruhi oleh Repository Universitas Brawijaya Repository Universitas Brawijaya Repository Univelima faktor, yaitu: ya Repository Universitas Brawijaya Repository Universitas Brawijaya Repository Universitas Brawijaya Repository Unive 1. Kepuasan (Satisfaction) Kepuasan pelanggan Emerupakan Repository Universitas Brawijaya Repository Universitas Brawijaya Repository Universit pengukuran gap antara harapan pelanggan dengan kenyataan Repository Universityang mereka terima atau yang dirasakan. Prawijaya Repository Universitas Brawijaya Repository Universitas Brawijaya

Repositor Repositor Repository Repository Repository Repositor Repositor Repository Repository Repository Repository Repositor Repository Repository Repository Repositor Repository Repositor Repositor Repository Repository Repository Repositor Repository Repository Repositor Repository Repository Repository Repository Repository Repositor

Repository

Repositor

Repository

Repository

Repository

Repositor

Repositor

Repositor

Repositor

Repositor

Repository

Repository

Repository

Repository

Repositor

Repositor

Repository Universitas Brawijaya Repository (2. Ikatan emosi (*Emotional bonding*) Dimana konsumen dapat sebuah merek yang memiliki daya tarik Repository Universitas Brawijay Repository Universitas Blanch oleh Repository Universit tersendiri sehingga konsumen dapat diidentifikasikan dalam Repository Universitas Brawijaya Repository Universitas Brawijaya Repository Universi sebuah merek, karena sebuah merek dapat mencerminkan Repository Universitas Brawijaya Repository Universitas Brawijaya Repository Universit karakteristik konsumen tersebut. Ikatan yang tercipta dari sebuah Repository Universitymerek ialah ketika konsumen merasakan ikatan yang kuat dengan Repository Universitas Brawijaya Repository Universitas Brawijaya Repository Universit konsumen lain yang menggunakan produk atau jasa yang sama. Repository Universitas Brawijaya Repository Universitas Brawijaya Repository Unive 3. Kepercayaan (Trust) Kemauan seseorang untuk mempercayakan Repository Universitas Brawijaya Repository Universitas Brawijaya Repository Universitaerusahaanja atau sebuah merek untuk melakukan atau Repository Universitas Brawijaya Repository Universitas Brawijaya menjalankan sebuah fungsi. Repository Universitas Brawijaya Repository Universitas Brawijaya Repository Universities Brawing (Choice reduction and habit) Konsumen akan Repository Universit merasa nyaman dengan sebuah kualitas produk dan merek ketika Repository Universitas Brawijaya Repository Universitas Brawijaya Repository Universit situasi merek/ melakukan transaksi memberikan kemudahan. Bagian dari loyalitas konsumen seperti pembelian produk secara Repository Universitas Brawijaya Repository Universit Repository Universitateratur dapat didasari pada akumulasi pengalaman setiap saat. Repository Universitas Brawijaya Repository Universitas Brawijaya Repository University 5. Pengalaman dengan perusahaan (*History with company*) Sebuah Repository Universit pengalaman seseorang pada perusahaan dapat membentuk Repository Universitas Brawijaya Repository Universitas Brawijaya Repository Universit perilaku w Ketika mendapatkan pelayanan yang baik dari Repository Universitas Brawija Perusahaan Repository Universitas Brawijaya Repository Universittersebut wijaya Repository Universitas Brawijaya Repository Universitas Brawijaya

Repositor Repository Repository Repository Repository Repositor Repositor Repository Repository Repository Repository Repositor Repository Repository Repository Repositor Repository Repositor Repositor Repository Repository Repository Repositor Repository Repository Repositor Repository Repository Repository Repository Repository Repositor Repository Repositor Repository Repository Repository Repositor Repositor Repositor Repositor Repositor Repository Repository Repository Repository

Repositor

Repositor

Repository Universitas Brawijaya Repository U2.2.2. Kepuasan Pelanggan (Customer Satisfaction) rsitas Brawijaya Repository Universitas Brawi Repository Universitas Brawijava 2.2.2.1. Pengertian Kepuasan Pelanggan (Customer Satisfaction) Repository Universitas Brawijaya Repository Universitas Brawijaya Repository Universitas Menurut Kotler (2016) kepuasan pelanggan adalah perasaan Repository University Senang atau kecewa seseorang yang muncul setelah Repository University Sawaya kecewa seseorang yang muncul setelah Repository Universmembandingkan/antara persepsi atau kesannya terhadap/kinerja Repository Universitas Brawijaya Repository Universitas Brawijaya Repository Univer berada di bawah harapan, pelanggan tidak puas. Tapi, jika kinerja Repository University melebihi harapan, pelanggan amat puas dan senang. Jika kinerja Repository Universitas Brawijaya Repository Universiang dirasakan di bawah harapan, pelanggan tersebut akan merasa Repository Universitas Brawijaya Repository Universitas Brawijaya Repository Univer dikecewakan, jika kinerja memenuhi harapan pelanggan, pelanggan Repository Universitan merasa puas, sedangkan jika kinerja melebihi harapan maka Repository Universpelanggan akan merasa sangat puas. Kepuasan ini tentu akan dapat Repository Universitas Brawijaya Repository Universitas Brawijaya Repository Univer dirasakan setelah pelanggan yang bersangkutan mengkonsumsi Repository Universitas Brawijaya Repository Universitas Brawijaya Repository Universitas Brawijaya Repository Universitas Brawijaya Repository Universitas Indikator dari kepuasan pelanggan menurut Kotler dan Keller Repository Universitas Brawijaya Repository Universitas Brawijaya Repository Unive (2014) adalah 1) Tingkat kepuasan konsumen secara keseluruhan va Repository University Brayers (overall satisfaction); 2) Kesesuaian produk dan/atau pelayanan yang Repository Unive ditawarkan dengan harapan konsumen (expectation); dan 3) Tingkat Repository Universitas Brawijaya Repository Universitas Brawijaya Repository Univekepuasan konsumen selama menjalin hubungan dengan perusahaan a Repository Universitas Brawijaya Repository Universitas Menurut a Hansemark odan Albinsson (2014) rkepuasan Repository Universitas Brawing and State Personal Control of the Personal Cont Repository University and Transfer and Trans Repository Universitas Brawijaya Repository Universitas Brawijaya Repository Univerpelanggan harapkan dan apa yang mereka terima. Sitas Brawijaya Repository Universitas Brawijaya

Repositor Repository Repository Repository Repository Repositor Repositor Repository Repository Repository Repository Repositor Repository Repository Repository Repositor Repository Repositor Repository Repository Repository Repository Repositor Repository Repository Repositor Repository Repository Repository Repositor Repository Repositor Repository Repositor Repository Repository Repository Repositor Repositor Repository

Repositor

Repositor

Repository

Repository

Repository

Repository

Repositor

Repositor

Repository Universitas Brawijaya Repository Universitas Menurut Bitner dan Zeithaml (2013) kepuasan pelanggan Repository Universitas Brawina adalah evaluasi pelanggan dari produk atau layanan dalam hal apakah Repository Universidak itu atau layanan itu telah memenuhi kebutuhan dan ekspektasi Repository Universitas Brawijaya Repository Universitas Brawijaya Repository Univerplangean. Menurut Anderson dalam International Journal of Scientific & Technology Research (Khan, 2012) kepuasan pelanggan Repository Univerdigunakan untuk mengukur kinerja perusahaan di kedua internal Repository Universitas Brawijaya Repository Universitas Brawijaya Repository Univentuk mengkompensasi sumber daya manusia, mengamati kinerja dan Repository Universitas Brawijaya Repository Universitas Repository Repository Universebagai sumber informasi bagi semua pemangku kepentingan Repository Universitas Brawijaya Repository Universitas Brawijaya Repository Unive (pelanggan, kebijakan publik yang dibuat pesaing dan investor). aya Repository Universitas Brawijaya Repository Unive 2.2.2.2. Pengukuran Kepuasan Pelanggan (Customer Satisfaction) Repository Universitas Brawijaya Repository Universitas Brawijaya Repository Universitas Menurut Tjiptono (2014) ada empat metode yang dilakukan Repository Universitas Brawija va Reposi Repository Universitas Brawijaya Repository Universitas Brawijaya Repository Universitas Brawijaya Repository Universitas Setiap organisasi yang berorientasi pada pelanggan perlu Repository Universitas Brawijaya Repository Universitas Brawijaya Repository Universitas Brawijaya Repository Universitas Brawijaya Repository Universara pelanggannya guna menyampaikan saran, kritik, pendapat, dan Repository Universitas Brawijaya Repository Universitas Brawijaya Repository Unive keluhan mereka. Media yang biasa digunakan bisa berupa kotak saran, Repository Universitas Brawijaya Repository Universin. Dimana metode ini dapat memberikan ide atau masukan yang Repository Universitas Brawijaya Repository Un(2) Ghost Shopping (Pembelanjaan Misteri) Universitas Brawijaya Repository Universitas Brawijaya

Repositor Repositor Repository Repository Repository Repositor Repositor Repository Repository Repository Repository Repositor Repository Repository Repository Repositor Repository Repositor Repositor Repository Repository Repository Repositor Repository Repository Repositor Repositor Repository Repository Repository Repository Repositor Repository Repositor Repository Repository Repository Repositor Repositor Repositor Repositor Repositor Repository Repository Repository

Repository

Repositor

Repositor

Repository Universitas Brawijaya

Repository Universitas Brawijaya Repository Universitas Brawijaya Repository Universitas Brawijaya Repository Universitas Brawijaya Repository Universitas Brawijaya Repository Universitas Brawijaya Repository Universitas Brawijaya Repository Universitas Brawijaya Repository Universitas Salah satu cara memperoleh gambaran mengenai kepuasan Repository Universitas Brawija va pelanggan adalah dengan memperkerjakan beberapa orang Ghost Repository University Shoppers (pembelanjaan misterius) untuk berperan atau berpura-pura Repository Universitas Brawijaya Repository Universitas Brawijaya Repository Universebagai pelanggan potensial produk perusahaan dan pesaing. Para Repository Universitas Brawijaya Repository Universitas Brawijaya Repository Universitas Brawijaya Repository Universitas Brawijaya Pembelanja misterius akan diminta untuk mengamati secara seksama Repository Univerdan menilai cara perusahaan dan pesaingnya melayani permintaan Repository Universitas Brawijaya Repository Universitas Brawijaya Repository Universesifik pelanggan, menjawab pertanyaan pelanggan dan menangani Repository Universitas Brawijaya Repository Universitaian terhadap kinerja karyawan perusahaan. Sitas Brawijaya Repository Universitas Brawijaya Repository Universitas Brawijaya (3) Lost Customer Analysis (Analisis Pelanggan yang Berhenti) Repository Universitas Brawijaya Repository Universitas Brawijaya Repository Universitas Sedapat mungkin perusahaan menghubungi para pelanggan Repository Universary yang telah berhenti membeli atau yang telah berpindah pemasok agar Repository Universitas Brawijaya Repository Universitas Brawijaya Repository University dapat memahami mengapa hal itu terjadi dan supaya dapat mengambil Repository Universitas Brawijaya Repository Universitas Brawijaya Repository Universella kebijakan perbaikan atau penyempurnaan selanjutnya. Repository Universitas Brawijaya Repository Universitas Brawijaya Repository Universitas Brawijaya Repository Universitas Sebagian besar riset kepuasan pelanggan dilakukan dengan Repository Universitas Brawijaya Repository Universitas Brawijaya Repository Universegunakan metode survei, baik survei melalui pos, telepon, e-mail, Repository Universitas Brawijaya Repository Universitas Brawijaya Repository Univernet, maupun wawancara langsung. Melalui survei perusahaan Repository Universitas Brawijaya Repository Universitas Brawijaya Repository Universitan memperoleh tanggapan dan balikan secara langsung dari Repository Universitas Brawijaya Repository Universitas Brawijaya Repository Universitas pelanggan dan juga memberikan kesan positif bahwa perusahaan Repository Universitas perusahaan Repository Universitas Brawijaya Repository Unive 2.2.2.3. Dimensi Kepuasan Pelanggan (Customer Satisfaction) Repository Universitas Brawijaya Repository Universitas Brawijaya

Repositor Repository Repository Repository Repository Repositor Repositor Repository Repository Repository Repository Repositor Repository Repository Repository Repositor Repository Repositor Repositor Repository Repository Repository Repositor Repository Repository Repositor Repository Repository Repository Repository Repository Repositor Repository Repositor Repositor Repository Repository Repositor Repositor Repositor Repositor Repositor Repository Repository Repository

Repository

Repositor

Repositor

Repository Universitas Brawijaya

Repository Universitas Brawijaya Repository Universitas Brawijaya Repository Universitas Brawijaya Repository Universitas Brawijaya Repository Universitas Brawijaya Repository Universitas Brawijaya Repository Universitas Brawijaya Repository Universitas Brawijaya Repository Universitas Pelanggan merasa puas bila harapannya terpenuhi atau akan Repository Universitas Brawijaya Repository Universitas Brawijaya Repository Universitas Brawijaya Pelanggan terlampaui. Menurut Irawan Repository Unive (2012), ada lima dimensi utama kepuasan pelanggan, yaitu : Wilaya Repository Universitas Brawijaya Repository Universitas Brawijaya Repository Universitas Brawijaya Repository Unive 1: Price (Harga) ava Repository Universitas Brawijaya Repository Universitas Brawijaya Repository Universitas Brawijaya Vang sensitif, biasanya harga murah adalah Repository Universisumber kepuasan yang penting karena mereka akan mendapatkan Repository Universitas Brawijaya Repository Universitas Brawijaya Repository Universivalue for money yang tinggi. Komponen harga ini relatif tidak Repository Universitas Brawijaya (Kualitas Layanan) Universitas Brawijaya Repository Universitas Brawijaya Repository Universitas Brawijaya Repository University Service quality sangat tergantung dari tiga hal yaitu sistem, Repository Universitas Brawijaya Repository Universitas Brawijaya Repository Universiteknologi dan manusia. Kepuasan pelanggan terhadap kualitas Repository Universipelayanan biasanya sulit ditiru karena pembentukan attitude dan Repository Universitas Brawijaya Repository Universitas Brawijaya Repository Univers behaviour yang seiring dengan keinginan perusahaan bukanlah Repository Universitas Brawijaya dan budaya kerja Universitas Brawijaya Repository Universitas Brawijaya Repository Universitas Brawijaya Repository Unive3. Product Quality (Kualitas Produk)/ Universitas Brawijaya Repository Universitas Brawijaya Repository Universitas Brawijaya Repository Universident Pelanggan merasa puas setelah membeli dan menggunakan produk Repository Universitas Brawijaya tersebut apabila kualitas produk yang baik. Repository Universitas Brawijaya Repository Universitas Brawijaya Repository Unive4: Emotional Factor (Faktor Emosi) ry Universitas Brawijaya Repository Universitas Brawijava Repository Universitas Brawijaya Repository Univers Emotional Factor ditunjukkan oleh konsumen atas kepuasan yang Repository Universitas diperoleh mereka dalam menggunakan suatu produk/jasa yang Repository Universitas Brawijaya Repository Universimenimbulkan rasa bangga dan rasa percaya diri. tas Brawijaya Repository Universitas Brawijaya

Repositor Repositor Repository Repository Repository Repositor Repositor Repository Repository Repository Repository Repositor Repository Repository Repository Repositor Repository Repositor Repositor Repositor Repository Repository Repositor Repository Repository Repositor Repositor Repository Repository Repository Repository Repositor Repository Repositor Repository Repository Repository Repositor Repositor Repositor

Repositor

Repositor

Repository

Repository

Repository

Repository

Repositor

Repositor

Repository Universitas Brawijaya Repository Univers Kemudahan dalam memperoleh produk atau jasa tersebut dan Repository Universitas Brawijaya Repository Universitas Repository Repository Universitas Repository Repositor Repository Universisemakin puas bila relatif mudah, nyaman dan efisien dalam Repository Universitas Brawijaya Repository Universitas Brawijaya Repository Universimendapatkan suatu produk atau pelayanan, ersitas Brawijaya Repository Universitas Brawijaya Repository Universitas Brawijaya Repository Universitas Manfaat Kepuasan Pelanggan (Customer Satisfaction)
Repository Universitas Manfaat Kepuasan Pelanggan (Customer Satisfaction) Repository Universitas Brawijaya Repository Universitas Brawijaya Repository Universitas Menurut a Tjiptono e (2014) rada rbeberapa smanfaati jika Repository Universitas Brawijaya Repository Universitas Brawijaya Repository Univerperusahaan dapat memaksimalkan tingkat kepuasan pelanggannya, Repository Universitas lain adalah:ya Repository Universitas Brawijaya Repository Universitas Brawijaya Repository Universitas Brawijaya Repository Univel: Terjalin relasi hubungan jangka panjang antara perusahaan dan Repository Universitas Brawijaya Repository Universitas Brawijaya Repository Universipara pelanggannya. Repository Universitas Brawijaya Repository Universitas Practical Performance performance de la constant de la con Repository Universitang Brawijaya Repository Universitas Brawijaya Repository Universitas Brawijaya Repository Universitas Brawijaya Repository Unive3: Terciptanya loyalitas pelanggan ory Universitas Brawijaya Repository University 4. Terjadinya rekomendasi dari mulut ke mulut yang positif, Repository Universiberpotensi/menarik pelanggan baru dan menguntungkan bagi Repository Universitas Brawijaya Repository Universitas Brawijaya Repository Univers perusahaan, Reputasi perusahaan dan persepsi pelanggan semakin Repository Universitas Brawijaya Repository Universitas Brawijaya Repository Universitas Brawijaya Repository Universitas Brawijaya Repository Unive 5. Laba yang diproleh perusahaan dapat meningkat. as Brawijaya Repository Universitas Brawijaya

Repositor Repositor Repository Repository Repository Repositor Repositor Repositor Repository Repository Repository Repository Repository Repository Repository Repositor Repository Repositor Repositor Repository Repository Repository Repositor Repository Repository Repositor Repository Repository Repository Repository Repository Repository Repository Repositor Repositor Repository Repository Repository Repositor Repositor Repositor Repositor Repository Repository Repository

Repository

Repositor

Repositor

Repository Universitas Brawijaya Repository U2.2.3. Biaya Beralih (Switching Cost) itory Universitas Brawijaya Repository Unive2.2.3.1. Pengertian Switching Cost ory Universitas Brawijaya Repository Universitas Brawijaya Repository Universitas Brawijaya Repository Universitas Switching cost adalah biaya yang dikeluarkan oleh konsumen Repository Universitas Brawijaya Repository Universitas Brawijaya Repository Univerkarena berpindah ke produk atau jasa yang lain, yang tidak akan Repository University dialami jika konsumen tetap setia dengan produk atau jasa yang Repository Universitas Brawijaya Repository Universitas Brawijaya Repository Univerdipakai saat ini (Hutapea, 2017). Switching cost biasanya tidak keluar Repository Universitas Brawijaya Repository Universitas Brawijaya Repository Univelangsung setelah berpindah produk yang lain, tetapi biasanya pelanggan merasakannya setelah beberapa lama mereka berpindah. Kepository Universitas Brawijaya Repository Universal per a statistical per des dan kemudian menyatakan Repository Universitas Brawijaya Repository Universitas Brawijaya Repository Univertidak layak untuk beralih, ketika pelanggan mungkin merasakan hambatan dalam berpindah seperti munculnya biaya pencarian, biaya Repository Universitas B Repository Univerransaksi, biaya untuk belajar, kehilangan diskon pelanggan setia, Repository Universitas Brawijaya Repository Universitas Brawijaya Repository Univekebiasaan pelanggan, biaya emosional dan upaya kognitif, ditambah Repository University dengan risiko keuangan, sosial, dan psikologis dari pihak pembeli Repository Unive (Fornell 2007). ijaya Repository Universitas Brawijaya Repository Universitas Brawijaya Repository Universitas Brawijaya Repository Universitas Indikator untuk variabel switching cost menurut Lee, Lee dan Repository University Feick (dalam Khotimah 2017) adalah: 1) Monetary cost, yaitu Repository Universeberapa tinggi tingkat penilaian konsumen mengenai biaya pindah ke Repository Universitas Brawijaya Repository Universitas Brawijaya Repository Univerpenyedia jasa lain; 2) Uncertainty cost, yaitu seberapa tinggi tingkat Repository Universitas Brawijaya Repository Universitas Brawijaya mengenai ketidakpastian ketika pindah ke Repository Universelvedia jasa lain; 3) Evaluation cost, yaitu seberapa tinggi tingkat Repository Universitas Brawijaya Repository Universitas Brawijaya Repository Univerentlaian konsumen mengenai biaya untuk mengevaluasi bila Repository Universitas Brawijaya Repository Universitas Brawijaya

Repositor Repository Repository Repository Repository Repositor Repositor Repository Repository Repository Repository Repository Repository Repository Repository Repositor Repository Repositor Repositor Repository Repository Repository Repositor Repository Repository Repositor Repository Repository Repository Repositor Repository Repository Repository Repositor Repository Repository Repository Repositor Repositor Repository Repositor Repository Repository

Repository

Repository

Repository

Repositor

Repositor

Repository Universitas Brawijaya

Repository Universitas Brawijaya Repository Universitas Brawijaya Repository Universitas Brawijaya Repository Universitas Brawijaya Repository Universitas Brawijaya Repository Universitas Brawijaya Repository Universitas Brawijaya Repository Universitas Brawijaya Repository University berpindah ke penyedia jasa lain; 4) Learning cost, yaitu seberapa Repository Universitas Brawijaya tinggi tingkat penilaian konsumen mengenai biaya mempelajari bila Repository University berpindah ke penyedia jasa lain; 5) Set up cost, yaitu seberapa tinggi Repository Universitas Brawijaya Repository Universitas Brawijaya Repository Univertingkat penilaian konsumen mengenai biaya jika memasang/set up ke Repository Universitas Brawijaya Repository Universitas Brawijaya Repository Universitas jasa lain. Repository Universitas Brawijaya Repository Universita Menurut Lee, Lee, dan Feick (dalam Khotimah, 2017), Repository Universitas Brawijaya Repository Universitas Brawijaya Repository switching cost menjadi penting ketika terdapat banyak perusahaan di Repository Universitas Brawijaya Repository Universitas Brawijaya dalam pasar. Ketika terdapat perusahaan yang sangat banyak tersebut, Repository University sedangkan switching cost rendah maka pelanggan cenderung untuk Repository Universitas Brawijaya Repository Universitas Brawijaya Repository Univ beralih ke produk dari perusahaan yang lain dan tidak akan bersikap Repository Universitas Brawijaya Repository Universitas Brawijaya Repository loyal terhadap produk yang telah dipakai sebelumnya, sedangkan Repository Univariate apabila switching cost tinggi, maka pelanggan akan cenderung untuk Repository Universitas Brawijaya Repository Universitas Brawijaya Repository Univ bersikap tetap setia.ya Repository Universitas Brawijaya Repository Universitas Brawijaya Repository Universitas Brawijaya Lee, Lee dan Feick (dalam Khotimah 2017) menyimpulkan Repository University bahwa switching cost adalah bentuk pengorbanan yang harus dilakukan Repository Universitas Brawijaya Repository Universitas Brawijaya Repository Univoleh pelanggan yang dapat berupa dalam bentuk waktu, biaya, usaha Repository Universitas Brawijaya Repository Universitas Brawijaya Repository University dan resiko yang terkait dengan perpindahan pelanggan dari produk atau jasa yang telah dipakai yang akhirnya menjadikan pelanggan tetap setia Repository Universitas Brawijaya Repository 2.2.4. Kepercayaan Merk (*Trust In Brand*) Repository Universitas Brawijaya Universitas Brawijaya Repository Unive 2.2.4.1. Merk (Brand) Repository Universitas Brawijaya Repository Universitas Brawijaya Repository Universitas Brawijaya Repository Universitas Brawijava a. Pengertian Brand Repository Universitas Brawijaya Repository Universitas Brawijaya

Repositor Repositor Repository Repository Repository Repositor Repositor Repository Repository Repository Repository Repositor Repository Repository Repository Repositor Repository Repositor Repositor Repositor Repository Repository Repositor Repository Repository Repositor Repositor Repository Repository Repository Repository Repository Repository Repositor Repositor Repository Repository Repositor Repositor Repositor Repositor Repositor Repository Repository Repository

Repository

Repositor

Repositor

Repository Universitas Brawijaya

Repository Universitas Brawijaya Repository Universitas Brawijaya Repository Universitas Brawijaya Repository Universitas Brawijaya Repository Universitas Brawijaya Repository Universitas Brawijaya Repository Universitas Brawijaya Repository Universitas Brawijaya Repository Universitas B Kotler (2014) mendefinisikan merek tsebagai berikut: Repository Universitas Brawijaya Repository Universitas Repository Repository Universikombinasi dari hal-hal tersebut, yang dimaksudkan untuk Repository Universitas Brawijaya Repository Universitas Brawijaya Repository Univers mengidentifikasi barang atau jasa dari seseorang atau sekelompok Repository Universitas Brawijaya Repository Universitas Brawijaya Repository Universitas Brawijaya Repository Universitas Brawijaya Repository Universitas B Alma (dalam Bastian, 2016) mendefinisikan merek sebagai Repository Universitas Brawijaya Repository Universitas Brawijaya Repository Universiberikut: Merek atau cap adalah suatu tanda atau simbol yang Repository Universitas Brawijava Repository Universikata-kata, gambar atau kombinasi keduanya. Prawijaya Repository Universitas Brawijaya Repository Universitas Brawijaya Repository Universitas B Berdasarkan pengertian merek di atas dapat disimpulkan Repository Universitas Brawijaya Repository Universidirancang untuk memberikan identitas dari suatu barang atau jasa Repository Universitas Brāwijaya Repository Universitas Brawijaya Repository Universiyang dapat membedakan dengan barang atau jasa yang lainnya. Repository Universitas Brawijaya Repository Universitas Brawijaya Repository Universitas Brawijaya Repository Universitas Brawijaya Repository University Manfaat Brand Repository Universitas Brawijaya Repository Universitas Brawijaya Repository Universitas Brawijaya Repository Universitas B Pemberian merek dapat menambah nilai dari suatu produk, Repository Universitas Brawijaya Repository Universitas Brawijaya Repository Univers namun perlu juga dilihat dari pihak-pihak yang berkaitan yaitu Repository Universitas Brawijaya Repository Universitas Brawijaya Repository Universimenyatakan sebagai berikut: sitory Universitas Brawijaya Repository Universitas Brawijaya Repository Universitas Brawijaya Repository Univers 1. Manfaat merek ditinjau dari sudut pandang produsen: awilaya Repository Universitas Brawijaya Repository Universitas Brawijaya Repository Universita a. Nama merek memudahkan penjual untuk mengolah atau ya Repository Universitas Brawijaya Repository Universitas Brawijaya

Repositor Repositor Repository Repository Repository Repositor Repositor Repository Repository Repository Repository Repositor Repository Repository Repository Repositor Repository Repositor Repositor Repository Repository Repository Repositor Repository Repository Repositor Repository Repository Repository Repository Repository Repository Repository Repositor Repositor Repository Repository Repositor Repositor Repositor Repositor Repositor Repository

Repository

Repository

Repository

Repositor

Repositor

Repository Universitas Brawijaya Repository Universitab. Nama merek dan tanda merek penjual tersebut memberikan perlindungan hukum atas ciri-ciri produk yang unik. Repository Universitas Brawijaya Repository Universitas Repository Universitac. Nama merek memberikan kesempatan kepada konsumen ya Repository Universitas Brawijaya Repository Universitas Brawijaya Repository Universitas untuk menarik pelanggan yang setia dan memberikan/ijaya Repository Universitas Brawijaya Repository Universitas Brawijaya keuntungan. Loyalitas merek memberikan perlindungan Repository Universitas Repository Universitas Repada penjual dari persaingan. Universitas Brawijaya Repository Universitas Brawijaya Repository Universitas Brawijaya Repository Universita d. Penggunaan merek membantu penjual tersebut melakukan a Repository Universitas Brawijaya Repository Univers 2. Manfaat merek dilihat dari sudut pandang konsumen: awijaya Repository Universitas Brawijaya Repository Universitas Brawijaya Repository Universitaa. Merek dapat membedakan ry Universitas Brawijaya Repository Universitac. Merek meningkatkan efisiensi pembeli rsitas Brawijaya Repository Universitas Enformasi tentang produk tersebut. Nersitas Brawijaya Repository Universitas Brawijaya Repository Universitas Brawijaya memberikan manfaat bagi konsumen dan Repository Universitas Brawijaya Selain Repository Universitas Brawijaya Repository Universita produsen, merek juga memberikan manfaat bagi distributor. Repository Universitas Brawijaya Repository Universitas Brawijaya Repository Universita Berikut ini alasan konsumen menggunakan merek, yaitu: Repository Universitas Brawijaya Repository Universitas Brawijaya Repository Universita 1. Distributor menggunakan merek bertujuan agar penyaluran Repository Universitas Brawijaya Repository Universitas Brawijaya Repository Universitas Brawijaya mudah pository Universitas Brawijaya Repository Universitas Brawijaya Repository Universitas Brawijaya Repository Universita 2. Dapat mengidentifikasi pemasok niversitas Brawijaya Repository Universitas Brawijaya

Repositor Repositor Repository Repository Repository Repositor Repositor Repositor Repository Repository Repository Repositor Repository Repository Repository Repositor Repository Repositor Repositor Repository Repository Repository Repositor Repository Repository Repositor Repositor Repository Repository Repositor Repository Repositor Repository Repositor Repository Repository Repository Repositor Repositor Repositor Repositor Repositor Repository Repository Repository

Repository

Repositor

Repositor

Repository Universitas Brawijaya

Repository Universitas Brawijaya Repository Universitas Brawijaya Repository Universitas Brawijaya Repository Universitas Brawijaya Repository Universitas Brawijaya Repository Universitas Brawijaya Repository Universitas Brawijaya Repository Universitas Brawijaya Repository Universita 3. Agarvistandar kualitas yang telah ditanamkan dapat Repository Universitas Brawijay Repository Universitas Brawijaya dipertahankan. Repository Universitas Repository Universitas Brawijaya Repository Universitas Brawijaya Repository Universitas Brawijaya Repository Universita 4 Meningkatkan preferensi bagi pembeli dan bebas Repository Universitas Brawijava harga. epository Universitas Brawijaya Repository Universitas Braw Trust atau kepercayaan adalah suatu gagasan deskriptif Repository Universitas Brawijaya Repository Universitas Brawijaya Repository Universitas yang dianut seseorang tentang sesuatu. Kepercayaan dapat Repository Universitas Brawijaya Repository Universitas Brawijaya Repository Universitas berlandaskan opini pengetahuan. Pengetahuan erat kaitannya Repository Universitas dengan jumlah informasi yang diketahui konsumen mengenai Repository Universitas Repository Universitas informasi yang dimiliki seseorang. Semakin banyak informasi Repository Universitas Brawijaya Repository Universitas Brawijaya Repository Universitas yang diketahui konsumen mengenai suatu produk maka akan kepercayaan konsumen terhadap produk Repository Universitas Brawijava meningkatkan Repository Universitas Brawijaya Repository Universitas tersebut, sedangkan semakin banyaknya informasi yang Repository Universitas Brawijaya Repository Universitas Brawijaya Repository Universitas didapat konsumen mengenai kekurangan suatu produk maka Repository Universitas Brawijaya Repository Universitas Brawijaya Repository Universitas Brawijaya Repository Universitas Brawijaya Repository Universitas tersebut jaya Repository Universitas Brawijaya Repository Universitas Brawijava Repository Universitas Brawijaya Repository Universitas Brawkepercayaan konsumen menurut Mowen, dkk (2012) Repository Universitas Br adalah semua pengetahuan yang dimiliki oleh konsumen dan Repository Universitas Brawijay Repository Universitas semua kesimpulan yang dibuat konsumen tentang objek, Repository Universitas Brawijaya Repository Universitas Brawijaya Repository Universitas atribut dan manfaatnya. Tingkat kepercayaan juga dipengaruhi Repository Universitas Brawijaya Repository Universitas Brawijaya

Repositor Repositor Repository Repository Repository Repositor Repositor Repository Repository Repository Repository Repository Repository Repository Repository Repositor Repository Repositor Repositor Repository Repository Repository Repositor Repository Repository Repositor Repository Repository Repository Repository Repository Repository Repository Repositor Repository Repository Repository Repositor Repositor Repository Repositor Repositor Repository Repository Repository

Repository

Repositor

Repositor

Repository Universitas Brawijaya

Repository Universitas Brawijaya Repository Universitas Brawijaya Repository Universitas Brawijaya Repository Universitas Brawijaya Repository Universitas Brawijaya Repository Universitas Brawijaya Repository Universitas Brawijaya Repository Universitas Brawijaya Repository Universitas Brawijaya Repository Universitas Brawijaya Repository Universitas Brawijaya Repository Universitas Brawijaya Repository Universitas Brawijaya Repository Universitas Brawijaya Repository Universitas Brawproduk. Repository Universitas Brawijaya Repository Universitas Brawijaya

Repository Universitas Brawijaya

Repository Universitas Brawijaya

Repository Universitas Brawijaya Repository Universitas Brawijaya Repository Universitas Brawijaya Repository Universitas Brawijaya Repository Universitas konsisten dimasa lalu dengan suatu pihak akan meningkatkan Repository Universitas Brawijaya Repository Universitas akan ada hubungan yang baik di masa yang akan datang. Repository Universitas Brawijaya Repository Universitas & Konsep Trust Repository Universitas Brawijaya Repository Universitas Repository Universi Repository Universitas B tindakan yang menunjukkan suatu kepercayaan: Repository Universitas Brawijaya Repository Universitas Brawijaya Repository Universitas Brawijaya Repository Universitas Brawijaya Repository Universitas B2: Menerima pengaruh, tory Universitas Brawijaya Repository Universitas Brawijaya Repository Universitas B3 Terbuka dalam komunkasi, Universitas Brawijaya Repository Universitas B53 Kesabaran dalam faham optimis/ersitas Brawijaya Repository Universitas Brawijaya Repository Universitas Brawija Menurut Ramadania dalam Evelina (2012) adapun Repository Universitas Brawijaya Repository Universitas Bindikator kepercayaan merk adalah sebagai berikut: vijaya Repository Universitas Brawijaya Repository Universitas Brawkeputasi yang dimiliki produk/ersitas Brawijaya Repository Universitas Brawijaya Repository Universitas Br2. Keamanan dan kenyamanan dalam menggunakan Repository Universitas Brawijaya Repository Universitas Brawijaya Repository Universitas Brawijaya Repository Universitas Brawmanfaat yang ada dalam produkersitas Brawijaya Repository Universitas Brawijaya Repository Universitas Brawijaya Repository Unive2.2.4.3. Kepercayaan terhadap Merk (Trust in Brand) rawijaya Repository Universitas Brawijaya Repository Universitas Brawij Trust in brand atau kepercayaan pelanggan terhadap Repository Universitas Brawijaya Repository Universitas Imerek adalah kemauan konsumen mempercayai merek Repository Universitas Brawijaya Repository Universitas Brawijaya dengan segala risikonya, karena ada harapan bahwa merek Repository Universitas Brawijaya Repository Universitas Brawijaya

Repository Universitas Brawijaya

Repository Universitas Brawijaya

Repository Universitas Brawijaya

Repositor Repository Repository Repository Repository Repositor Repositor Repositor Repository Repository Repository Repositor Repository Repository Repository Repositor Repository Repositor Repositor Repository Repository Repository Repositor Repository Repository Repositor Repository Repository Repository Repository Repository Repositor Repository Repositor Repositor Repository Repository Repositor Repositor Repositor Repositor Repositor Repository Repository Repository Repository

Repositor

Repository Universitas Brawijaya Repository Universitas Repository Universitas Brawijaya Repository Universitas Brawijaya Repository Universitas Repository Universitas Repository Universitas Brawijaya Repository Universitas Brawijaya Repository Universitas Brawijaya Repository Universitas Repository Universitas Brawijaya Repository Universitas Brawijaya Repository Universitas Brawijaya Repository Universitas Braunctional Repository Universitas Brawijaya Repository Universitas Brawipana Repository Universitas Brawijaya Repository Universitas Brawijaya Repository Universitas Brawijaya, dibayarkan. Repository Universitas Brawijaya Repository Universitas Brawijaya Repository Universitas Brawniaya Repository Universitas Brawijaya Repository Universitas Brawijaya Repository Universitas Brawijaya Repository Universitas Brawijaya

Repository Universitas Brawijaya

Repository Universitas Brawijaya

Repository Universitas Brawijaya Repository Universitas Brawijaya Repository Universitas Brawijaya Repository Universitas Brawijaya Repository Universitas tersebut dapat memberikan suatu hasil yang positif baginya Repository Universitas Brawijaya (Khotimah, 2017). Selanjutnya dinyatakan bahwa terdapat Repository Universitas tiga faktor yang mempengaruhi kepercayaan konsumen Repository Universitas Brawijaya Repository Universitas Iterhadap suatu merek (Khotimah, 2017), yaitu reputasi yang Repository Universitas Brawijaya dimiliki oleh merk (brand characteristic), reputasi perusahaan (company characteristic) dan pengalaman Repository Universitas Brawijaya Repository Universitas konsumen terhadap merk (consumer-brand characteristic.) Repository Universitas Brawijaya Repository Universitas Brawijaya Repository Universitas Brawijaya kepercayaan konsumen terhadap merek akan Repository Universitas menciptakan rasa aman serta mengurangi persepsi konsumen Repository Universitas Brawijaya Repository Universitas akan risiko dalam pertumbuhannya. Beberapa merek dapat Repository Universitas Brawijaya memberikan keunggulan kompetitif karena kinerja produk Repository Universitas (product performance). Merek dapat menurunkan risiko Repository Universitas Brawijaya Repository Universitas dalamipenggunaan produkory Universitas Brawijaya Repository Universitas Brawijaya Repository Universitas Brawi Konsumen dapat mempersepsikan beberapa resiko Repository Universitas dalam membeli dan mengkonsumsi produk, yaitu: Repository Universitas Brawijaya risk, produk tidak dapat bekerja sesuai Repository Universitas Brawijaya

Repository Universitas Brawijaya

Repository Universitas 2. Physical risk, produk tersebut menimbulkan ancaman Repository Universitas Brawijaya Repository Universitas Brpada kesehatan pengguna atau orang lain. s Brawijaya Repository Universitas Brawijava

Repository Universitas 3. Financial risk, produk tidak sepadan dengan biaya yang Repository Universitas Brawijaya Repository Universitas Brawijaya

Repository Universitas 4. Social risk, produk memalukan pengguna di mata orang

Repository Universitas Brawijaya Repository Universitas Brawijaya

Repository Universitas Brawijaya

Repository Universitas Brawijaya

Repositor Repositor Repository Repository Repository Repositor Repositor Repository Repository Repository Repository Repositor Repository Repository Repository Repositor Repository Repositor Repositor Repository Repository Repository Repositor Repository Repository Repositor Repositor Repository Repository Repository Repository Repositor Repository Repositor Repository Repository Repository Repositor Repositor Repositor Repositor Repositor Repository Repository Repository Repository

Repositor

Repository Universitas Brawijaya

Repository Universitas Brawijaya

Repository Universitas Brawijaya Repository Universitas Brawijaya Repository Universitas Brawijaya Repository Universitas Brawijaya Repository Universitas Brawijaya Repository Universitas Brawijaya Repository Universitas Brawijaya Repository Universitas Brawijaya Repository Universitas 5. Psychological orisk, produk mempengaruhi mental Repository Universitas Brawijaya Repository Universitas Brawijaya penggunanya Repository Universitas Brawijaya Repository Universitas Br Repository Universitas 6. Time risk, produk dianggap gagal karena opportunity cost Repository Universitas Brawijaya Repository Universitas Brawijaya Repository Universitas Bryang di dapat tidak dapat memuaskan pengguna. Wilaya Membangun dan menjaga kepercayaan pelanggan Repository Universitas Brawijaya Repository Universitas Brawi Repository Universitas terhadap merek sangat penting, karena merupakan kunci Repository Universitas Brawijaya Repository Universitas Brawijaya Repository Universitas suksesnya hubungan jangka panjang antara perusahaan ggan. Adanya kepercayaan atau *trust* Repository Universitas Brawijaya dengan pelanggan. Repository Universitas Repository Universitas merupakan penggerak munculnya loyalitas, karena dapat Repository Universitas Brawijaya Repository Universitas Brawijaya Repository Universitas menciptakan pertukaran hubungan yang sangat bernilai. Repository Universitas Brawijaya Repository Universitas Brawijaya Repository Universitas Loyalitas konsumen mendasari hubungan yang terus-Repository Universitas menerus dan mempertahankan hubungan yang bernilai Repository Universitas Brawijaya Repository Universitas Brawijaya Repository Universitas penting yang tercipta dari adanya trust. Pelanggan yang Repository Universitas Brawijaya Repository Universitas Brawijaya Repository Universitas percaya bahwa suatu merek dapat memenuhi kinerja yang Repository Universitas diharapkan olehnya, akan cenderung untuk lebih sering Repository Universitas Brawijaya Repository Universitas Brawijaya Repository Universitas memakai suatu merek tersebut ketimbang merek lain. Ilaya Repository Universitas Brawijaya Repository Universitas Brawijaya Repository Universitas Brawijaya Repository Universitas Brawijaya Repos 2.3. Kerangka Pikir Penelitian Repository Universitas Brawijaya Repository Universitas Brawijaya Repository Universitas Brawijaya Kerangka pikir merupakan model hubungan antar variabel dari suatu Reposiriset yang dilakukan dan dinyatakan dalam bentuk gambar atau skema. Repository Universitas Brawijaya Repository Universitas Brawijaya Repos Berkaitan dengan penelitian yang akan dilakukan, kerangka pikir dalam Repository Universitas Brawijaya Repository Universitas Brawijaya

Repositor Repositor Repository Repository Repository Repositor Repositor Repositor Repository Repository Repository Repositor Repository Repository Repository Repositor Repository Repositor Repositor Repository Repository Repository Repositor Repository Repository Repositor Repository Repository Repository Repository Repository Repositor Repository Repositor Repository Repository Repository Repositor Repositor Repositor Repositor Repositor Repository Repository

Repository

Repository

Repositor

Repositor

Repository Universitas Brawijaya

Repository Universitas Brawijaya

Reposi

Reposit

Reposit

Reposit

Reposit

Reposit

Reposit

Reposit

Reposit

Reposit

Repository L

Repository

Repository Universitas

Repository Universitas

Repository Universitas Brawijaya Gambar 2 Itory Universitas Brawijaya Repository Universitas Brawijaya Repository Universitas Brawijaya Kerangka Pikir Penelitian ersitas Brawiiava Repository Universitas Reposit

Pengaruh Customer Satisfaction, Switching Cost, dan Trust In Brand terhadap Customer Loyalty (Studi pada Pengguna Kartu Perdana Telkomsel di Kota Malang)

Repositor

Reposito

sitor

sitor

₹ер

₹ep

Repo

Landasan Teori

Customer Reposi Satisfaction Reposi Switching Cost Trust In Brand Reposi Customer Loyalty awijaya Repositor Penelitian Terdahulu Repositor awijaya

1. Nafisatul Fitriyah (2015)

2. Harum Amalun Nisa (2013)

- 3. Meutia Dewi (2018)
- 4. Nira Niswahtun Qonitat (2018)

Universitas Brawijaya

5. Gisela Ekachristie Risdianto (2015)

Hipotesis

awi

<u>awii</u>aya

va

va

H1: Customer satisfaction berpengaruh positif terhadap customer loyalty.

H2: Switching cost berpengaruh positif terhadap customer loyalty.

H3: Trust in brand berpengaruh positif terhadap customer loyalty.

tawijaya

Uji Instrumen dan Uji **Asumsi**

Uji Validitas Uji Reliabilitas Uji Asumsi Klasik

Repository Univer-Kesimpulan & Saran

Uji Hipotesis Analisis Regresi Linier Berganda

osilory Universitas Brawijaya

Repository Universitas Brawijaya

Repository Universitas Brawijaya

Repository Universitas Brawijaya Repository Univers as Brawijaya Repository Universitas Brawijaya Hasil Penelitian & Pembahasan

Repository Universitas Brawijaya

Repository Universitas Brawijaya

Repository Universitas Brawijaya

ry Universitas Brawijaya

Repository Universitas Sumber: Data Diolah, 2019

ry Universitas Brawijaya Repository Universitas Brawijaya Repository Universitas Brawijaya Repository Universitas Brawijaya

Repository Universitas Brawijaya Repositas Hipotesis Penelitian Wijaya

Repository Universitas Brawijaya

Repository Universitas Brawijaya

Repository Hipotesis merupakan pedoman awal dalam melakukan sebuah penelitian. Repository Universitas Brawijaya Repository Universitas Brawijaya

Repos Hipotesis merupakan kesimpulan-kesimpulan awal yang belum final. Hipotesis

Repository Universitas Brawijaya Repository Universitas Brawijaya Repository Universitas Brawijaya Repository Universitas Brawijaya Repository Universitas Brawijaya

Repository Universitas Brawijaya Repository Universitas Brawijaya Repository Universitas Brawijaya Repository Universitas Brawijaya Repository Universitas Brawijaya

Repositor Repositor Repository Repository Repository Repositor Repositor Repositor Repository Repository Repository Repository Repository Repository Repository Repositor Repository Repository Repositor Repository Repository Repository Repositor Repository Repository Repositor Repository Repositor Repository Repositor

Repository

Repositor

Repository

Repositor

Repository

Repository

Repository

Repositor

Repositor

Repositor

Repositor

Repositor

Repository

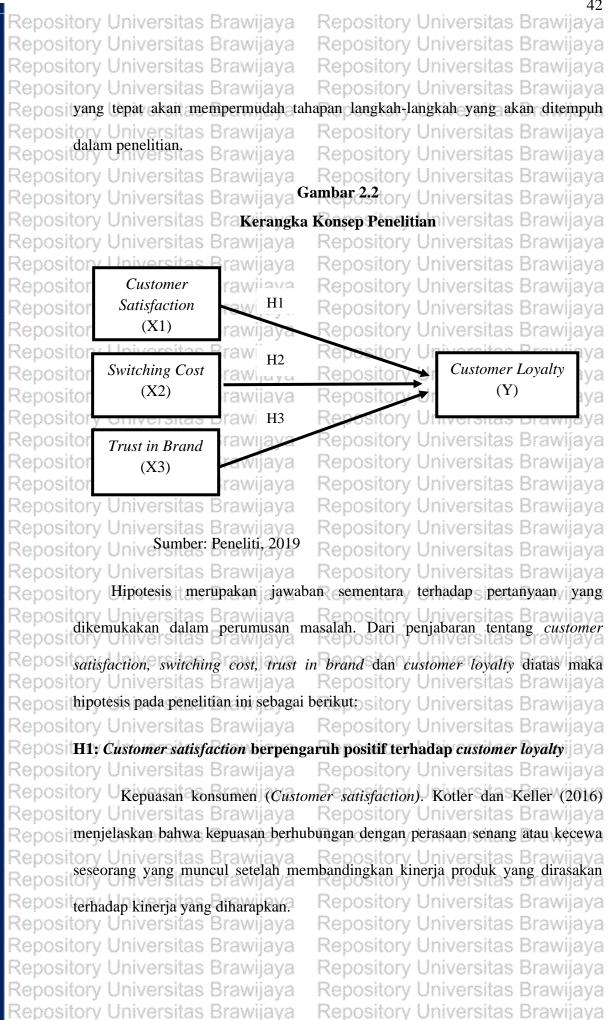
Repository

Repositor

Repository

Repositor

Repository Universitas Brawijaya



Repositor Repository Repository Repository Repository Repositor Repositor Repository Repository Repository Repository Repository Repository Repository Repository Repositor Repository Repositor Repositor Repository Repository Repository Repositor Repository Repository Repositor Repository Repository Repository Repository Repository Repositor Repository Repositor Repository Repository Repository Repositor Repositor Repositor Repositor Repositor Repository Repository Repository

Repository

Repositor

Repositor

Repository Universitas Brawijaya

Repositor

Repository Universitas Brawijaya Repository Jika kinerja produk tidak sesuai dengan harapan, maka akan terjadi ketidakpuasan. Tetapi ketika suatu produk memiliki kinerja sekurang-kurangnya Reposi sama atau melebihi harapan pelanggan, maka akan tercipta suatu kepuasan. Salah Repository Universitas Brawijaya Repository Universitas Brawijaya Republication satu tujuan penting program kepuasan pelanggan adalah untuk meningkatkan Repository Universitas Brawijaya Repository Universitas Brawijaya Reposiloyalitas konsumen. Umumnya, kepuasan pelanggan yang tinggi dapat Reposi mengindikasikan adanya peningkatan loyalitas bagi pelanggan yang sudah ada. Ini Repository Universitas Brawijaya Repository Universitas Brawijaya Reposi berarti lebih banyak pelanggan akan membeli ulang di masa yang akan datang Repository Universitas Brawijaya (Fornell, 2012). Penelitian yang dilakukan oleh Ningsih (2014) menyatakan bahwa Reposition berpengaruh positif terhadap customer loyalty. Brawijaya Repository Universitas Brawijaya Repository Universitas Brawijaya

H2: Switching cost berpengaruh positif terhadap customer loyalty.

Switching cost adalah biaya yang dikeluarkan oleh konsumen karena Reposi berpindah ke produk atau jasa yang lain, yang tidak akan dialami jika konsumen Repository Universitas Brawijaya Repository Universitas Brawijaya Reposi tetap setia dengan produk atau jasa yang dipakai saat ini (Khotimah, 2017) wijaya

Repository Universitas Brawijaya Repository Universitas Brawijaya Repository Uswitching cost menjadi penting ketika terdapat banyak provider sebuah Repository Universitas Brawijaya Repository Universitas Brawijaya Reposi layanan di dalam pasar. Ketika terdapat provider yang sangat banyak, sedangkan switching cost rendah maka pelanggan yang tidak puas cenderung untuk beralih ke Reposi provider lain, sedang jika switching cost tinggi, maka pelanggan cenderung untuk Repository Universitas Brawijaya Repository Universitas Brawijaya Reposi tetap setia (Khotimah, 2017). Pelanggan juga akan tetap setia kepada perusahaan jika pelanggan merasa menerima nilai yang lebih besar ketimbang perusahaan Repository Universitas Brawijaya Reposit_{lainny}aniversitas Brawijaya Repository Universitas Brawijaya Repository Universitas Brawijaya

Penelitian yang dilakukan oleh Nisa, dkk. (2013) dan Ningsih (2014) Repository Universitas Brawijaya

Repository Universitas Brawijaya Reposi menyatakan bahwa switcing cost berpengaruh positif terhadap customer loyalty. Repository Universitas Brawijaya Repository Universitas Brawijaya

Repository Repository Repository Repository Repositor Repositor Repository Repository Repository Repository Repository Repository Repository Repository Repositor Repository Repositor Repositor Repository Repository Repository Repositor Repository Repository Repositor Repository Repository Repository Repositor Repository Repositor

Repository

Repositor

Repository

Repository Repository

Repository

Repositor

Repositor

Repositor Repository

Repository

Repository

Repository

Repository

Repositor

Repository Universitas Brawijaya

Repository Universitas Brawijaya

Repository Universitas Brawijaya Repository Universitas Brawijaya Repository Universitas Brawijaya Repository Universitas Brawijaya Repository Universitas Brawijaya Repository Universitas Brawijaya Repository Universitas Brawijaya Repository Universitas Brawijaya Repositification H3: Trust in brand berpengaruh positifi terhadap customer loyalty. Repositification H3: Trust in brand berpengaruh positifi terhadap customer loyalty. Repository Universitas Brawijaya Repository Universitas Brawijaya Repository Kepercayaan konsumen terhadap merek adalah kemauan konsumen Repository Universitas Brawijaya Repository Universitas Brawijaya mempercayai merek dengan segala risikonya, karena ada harapan bahwa merek tersebut dapat memberikan suatu hasil yang positif baginya (Lau dan Lee, dalam Repository Universitas Brawijaya Repositiskhak, 2011). sitas Brawijaya Repository Universitas Brawijaya Repository Universitas Brawijaya Repository Umembangun dan menjaga kepercayaan terhadap merek merupakan Repository Universitas Brawijaya Repository Universitas Brawijaya Report karakteristik kunci dari suksesnya hubungan jangka panjang antara perusahaan Repository Universitas Brawing dengan pelanggan (Iskhak, 2011). Adanya kepercayaan atau trust merupakan Reposi penggerak munculnya loyalitas karena dapat menciptakan pertukaran hubungan Repository Universitas Brawijaya Repository Universitas Brawijaya Repos yang sangat bernilai. Dalam konteks ini, loyalitas merek tidak fokus hanya pada pada sikap terhadap suatu merek, tapi juga berhubungan dengan perilaku pembelian Repositulang. Oleh karena itu, loyalitas merek mendasari hubungan yang terus-menerus Repository Universitas Brawijaya Repository Universitas Brawijaya Reposi dan mempertahankan hubungan yang bernilai serta penting yang tercipta dari Repository Universitas Brawijaya Repository Universitas Brawijaya adanya *trust*. Pelanggan yang percaya bahwa suatu merek dapat memenuhi kinerja Reposi yang diharapkan olehnya, akan cenderung untuk lebih sering memakai suatu merek Repository Universitas Brawijaya Repository Universitas Brawijaya Repository Universitas Brawijaya Reposi ketimbang merek lain. rawijaya Repository Universitas Brawijaya Repository Universitas Brawijaya Repository UPenelitian yang dilakukan oleh Nisa, dkk. (2013) dan Buana (2011) Repository Universitas Brawijaya Repository Universitas Brawijaya menyatakan bahwa *trust in brand* berpengaruh positif terhadap *customer loyalty*. Repository Universitas Brawijaya Repository Universitas Brawijaya

Repository Universitas Brawijaya

Repository Universitas Brawijaya

Repository Universitas Brawijaya

Repositor Repository Repository Repository Repository Repository Repositor Repositor Repository Repository Repository Repositor Repository Repository Repository Repositor Repository Repositor Repositor Repository Repository Repository Repositor Repository Repository Repositor Repository Repository Repository Repository Repository Repositor Repositor Repositor Repository Repository Repository Repository Repositor Repositor Repositor Repository Repository Repository Repository Repository

Repositor

Repository Universitas Brawijaya

Repository Universitas Brawijaya Repository Universitas Brawijaya Repository Universitas Brawijaya Repository Universitas Brawijaya Repository Universitas Brawijaya Repository Universitas Brawijaya Repository Universitas Brawijaya Repository Universitas Brawijaya Repository Universitas Brawijaya BAB III sitory Universitas Brawijaya Repository Universitas Brawijaya Repository Universitas Brawijaya METODE PENELITIAN niversitas Brawijaya Repository Universitas Brav Repository Universitas Brawijaya Repository Usesuai dengan rumusan masalah dan tujuan penelitian maka jenis penelitian Repository Universitas Brawijaya Repository Universitas Brawijaya Reposi yang digunakan adalah penelitian explanatory research. Menurut Sugiyono (2014), metode explanatory research merupakan metode penelitian yang bermaksud Reposi menjelaskan kedudukan variabel-variabel yang diteliti serta pengaruh antara satu Repository Universitas Brawijaya Repository Universitas Brawijaya variabel dengan variabel yang lain. Penelitian tersebut dapat menjelaskan pengaruh Customer Satisfaction, Switching Cost, Trust in Brand terhadap Customer Loyalty. Reposi Jenis penelitian ini dipilih untuk menguji hipotesis yang diajukan sehingga apa yang Repository Universitas Brawijaya Repository Universitas Brawijaya Repositelah dirumuskan dan tujuan dalam penelitian ini dapat diperoleh. Hasilnya akan Repository Universitas Brawiia diketahui seberapa besar konstribusi variabel bebas terhadap variabel terikat. Selain Repositu, penelitian ini menggunakan sistem survey. Penelitian survey adalah sebuah Repository Universitas Brawijaya Repository Universitas Brawijaya Reposi sistem untuk mengumpulkan informasi dari seseorang atau tentang orang-orang Repository Universitas Brawijava Repository Universitas Brawijaya untuk mendeskripsikan, membandingkan, atau menjelaskan pengetahuan, sikap, Repositan perilaku mereka. Brawijaya Repository Universitas Brawijaya Reposit 3.2. Sifat Penelitian Brawijava Repository Universitas Brawijaya Repository University and Bersifat Repository University and Bersifat Repository University and Provided Repository University Advanced Re penelitian replikasi karena penelitian ini Reposi menggunakan variabel dan objek yang sudah ada di penelitian-penelitian Repository Universitas Brawijaya Repository Universitas Brawijaya sebelumnya. Penelitian replikasi merupakan penelitian yang dilakukan dengan Repository Universitas Brawijaya Repository Universitas Brawijaya

Repository Universitas Brawijaya

Repository Universitas Brawijaya

Repositor Repository Repository Repository Repository Repositor Repositor Repository Repository Repository Repository Repository Repository Repository Repository Repositor Repository Repositor Repositor Repository Repository Repository Repositor Repository Repository Repositor Repository Repository Repository Repository Repository Repositor Repository Repositor Repositor Repository Repository Repositor Repositor Repositor Repositor Repositor Repository Repository Repository Repository

Repositor

Repository Universitas Brawijaya

Repository Universitas Brawijaya Repository Universitas Brawijaya Repository Universitas Brawijaya Repository Universitas Brawijaya Repository Universitas Brawijaya Repository Universitas Brawijaya Repository Universitas Brawijaya Repository Universitas Brawijaya mengadopsi variabel, indikator, objek penelitian, atau alat analisis yang sama Repositor dengan penelitian sebelumnya. Dalam penelitian ini penulis ingin meneliti pengaruh customer satisfaction, switching cost, dan trust in brand terhadap Repository Universitas Brawijaya Repository Universitas Brawijaya customer loyalty pada pengguna kartu perdana Telkomsel di Kota Malang. Repository Universitas Brawijaya Repository Universitas Brawijaya Repository Universitas Brawijaya Repository Universitas Brawijaya 3.3. Waktu dan Lokasi Penelitian Repository Universitas Brawijaya Repository Universitas Brawijaya Repository Universitas Brawijaya Repository Penelitian ini dilakukan pada bulan November 2019 sampai dengan bulan Repository Universitas Brawijaya Repository Universitas Brawijaya Juni 2020 dengan subyek pengguna kartu perdana Telkomsel di Kota Malang. Repository Universitas Brawijaya Repository Universitas Brawijaya Repository Universitas Brawijaya Repository Universitas Brawijaya Reposit3.4. Populasi dan Sampel Vijaya Repository Universitas Brawijaya Repository Universitas Brawijaya Repository Universitas Brawijaya Repositor3.4.1.:Populasias Brawijava Repository Universitas Brawijaya Repository Universitas Brawija va Populasi mengacu pada keseluruhan kelompok orang, kejadian, atau Repository Uhal-hal menarik yang ingin peneliti investigasi (Uma Sekaran & Roger B, Repository Universitas Brawijaya Repository Universitas Brawijaya Repository 2017). Didalam penelitian ini populasi yang diteliti adalah semua pelanggan Repository Universitas Brawijaya Repository Universitas Brawijaya kartu perdana telkomsel di Kota Malang. Jumlah pasti populasi yang ingin Repository diteliti ini tidak diketahui sehingga ukuran populasi dalam penelitian ini Repository Universitas Brawijaya Repository Universitas Brawijaya Repository Utidak terhingga, dikarenakan populasi yang cukup besar serta waktu untuk Repository Universitas Brawijaya Repository Universitas Brawijaya melakukan penelitian yang terbatas maka akan digunakan sampel untuk Repository Umewakili populasi yang ada. Repository Universitas Brawijaya Repositor**3.4.2**ni **Sampel**is Brawijaya Repository Universitas Brawijaya Menurut Uma Sekaran & Roger B (2017) sampel adalah sebagian Repository Udari populasi yang terdiri atas sejumlah anggota yang dipilih dari populasi. Repository Universitas Brawijaya Repository Universitas Brawijaya

Repositor Repositor Repository Repository Repository Repositor Repositor Repositor Repository Repository Repository Repository Repository Repository Repository Repositor Repository Repositor Repositor Repository Repository Repository Repositor Repository Repository Repositor Repository Repository Repository Repositor Repository Repository Repository Repositor Repositor Repository Repository Repositor Repositor Repositor Repository Repositor Repository Repository

Repository

Repository

Repositor

Repositor

Repository Universitas Brawijaya

Repository Universitas Brawijaya Repository Universitas Brawijaya Repositor Repository Universitas Brawijaya Repository Universitas Brawijaya Repository Repository Universitas Brawijaya Repository Universitas Brawijaya Repository Repository Universitas Brawijaya Repository Universitas Brawijaya Repository Sedangkan Sugiyono (2014) mendefinisikan sampel sebagai bagian dari Repository jumlah dan karakteristik yang dimiliki oleh populasi tersebut. Di dalam Repositor Repository U Repositor Repository Upenelitian ini populasi tidak diketahui secara pasti sehingga untuk Repository Repository Universitas Brawijaya Repository Universitas Brawijaya Repository Repository Umenentukan sampel peneliti berpedoman pada pendapat Roscoe dalam Repository Repository Universitas Brawijava Repository Universitas Brawijaya Repository Sekaran (2017), yaitu ukuran pengambilan sampel lebih dari 30 dan kurang Repositor dari 500. Pendapat lain mengatakan bahwa besarnya jumlah sampel yang Repository Repository Universitas Brawijaya Repository Repository Universitas Brawijaya Repository Udiambil dapat ditentukan dengan cara menyesuaikan jumlah variabel atau Repository butir pertanyaan yang digunakan dalam penelitian (Malhotra, 2010). Jumlah Repositor Repository Repository item pertanyaan yang digunakan dalam melakukan penelitian sebanyak 14 Repositor Repositor Repository Universitas Brawijaya Repository Universitas Brawijaya Repository item. Berdasarkan pendapat tersebut, peneliti memperoleh angka 98 Repository Repository Universitas Brawijaya Repository Universitas Brawijaya Repository responden sebagai sampel, yang berasal dari perhitungan (14 x 7). Angka Repository Repository 14 didapatkan dari jumlah semua item pertanyaan dan angka 7 didapatkan Repositor Repository Universitas Brawijaya Repository Repository Universitas Brawijaya Repository Ukarena jumlah sampel sebaiknya 5-10 kali lebih besar dari jumlah item Repository Repository Universitas Brawijaya Repository Universitas Brawijaya Repositor Repository pertanyaan dan peneliti memilih angka 7, pada penelitian ini minimal Repository Repository Usampel adalah sebesar 98. Repository Universitas Brawijaya Repository Repository Universitas Brawijaya Repository Universitas Brawijaya Repository Repository Universitas Brawijaya Repository Universitas Brawijaya Repositor Repository Universitas Brawijaya Repository Universitas Brawijaya Repository Repositor 3.4.3. Teknik Pengambilan Sampel epository Universitas Brawijaya Repositor Repository Universitas Brawijaya Pengambilan sampel memerlukan metode khusus agar sampel dapat Repositor Repositor Repository Umewakili populasi dan menggambarkan tujuan spesifik dari penelitian, yang Repository Repository Universitas Brawijaya Repository Universitas Brawijaya Repository Repository | biasa disebut dengan teknik sampling. Teknik sampling merupakan teknik Repository yang digunakan untuk menentukan ukuran sampel (Sugiyono, 2014). Repository Univers Repositor Repositor Repository UTeknik sampling pada penelitian ini menggunakan teknik non-probability Repositor Repository Universitas Brawijaya Repository Universitas Brawijaya Repositor sampling, yaitu teknik pengambilan sampel yang tidak memberi peluang Repository Repository Universitas Brawijaya Repository Universitas Brawijaya Repositor

Repository Universitas Brawijaya

Repository Universitas Brawijaya

Repository Universitas Brawijaya

Repository Universitas Brawijaya

Repository Universitas Brawijaya Repository Universitas Brawijaya Repository Universitas Brawijaya Repository Universitas Brawijaya Repository Universitas Brawijaya Repository Universitas Brawijaya Repository Universitas Brawijaya Repository Universitas Brawijaya atau kesempatan sama bagi setiap unsur atau anggota populasi untuk dipilih menjadi sampel (Sugiyono, 2014). Sedangkan metode yang digunakan Repository Universitas Br Repository Repository Udalam pengambilan sampel adalah purposive sampling. Menurut Sugiyono Repository Universitas Brawijaya Repository Universitas Brawijaya (2014) Purposive sampling adalah teknik penentuan sampel dengan Repository Universitas Brawijaya Repository Universitas Brawijaya pertimbangan tertentu. Kriteria responden yang dipilih oleh peneliti antara Repository Universitas Brawijaya tahun, karena telah dianggap dewasa dan Repository Universimampu dalam memahami pernyataan dalam kuesioner yang Repository Universitas Brawijaya Repository Universitas Brawijaya Repository Univerdiberikanawijaya Repository Universitas Brawijaya Repository University 2. Merupakan pengguna kartu perdana telkomsel minimal 1 tahun. Repository Univ3. Merupakan masyarakat Kota Malang. Universitas Brawijaya Repository Penelitian ini menggunakan jenis data sebagai berikut: 128 Brawijaya Repository Universitas Brawijaya Repository Universitas Brawijaya Repository a. Data Primer, mengacu pada informasi yang diperoleh langsung (dari Repository Universitas Brawijaya Repository Universitas Brawijaya Repository Urtangan pertama) oleh peneliti terkait dengan variable ketertarikan untuk Repository Universitas Brawijaya Repository Universitas Brawijaya tujuan tertentu dari studi (Uma Sekaran & Roger B, 2017). Data primer Repository yang ada dalam penelitian ini adalah hasil penyebaran kuesioner yang Repository Universitas Brawijaya Repository Universitas Brawijaya Repository Urmerupakan jawaban responden atas kuisioner tersebut. itas Brawijaya Repository Universitas Brawijaya Repository Universitas Brawijaya Repository b. Data Sekunder, yaitu informasi yang dikumpulkan dari sumber-sumber yang sudah ada (Uma Sekaran & Roger B, 2017). Data sekunder dari Repository U penelitian ini diperoleh dari studi pustaka yang mendukung penulisan Repository Universitas Brawijaya Repository Universitas Brawijaya Repository Unpenelitian, dan internet, a Repository Universitas Brawijaya Repository Universitas Brawijaya Repository Universitas Brawijaya

Repository Universitas Brawijaya

Repository Universitas Brawijaya

Repository Universitas Brawijaya

Repository Universitas Brawijaya

Repositor Repositor Repository Repository Repository Repository Repositor Repositor Repository Repository Repository Repository Repository Repository Repository Repositor Repository Repositor Repositor Repository Repository Repository Repositor Repository Repository Repositor Repository Repository Repository Repositor Repository Repositor Repository Repositor Repositor Repository Repository Repositor Repository Repositor Repository Repositor Repository Repository Repository Repository

Repositor

Repository Universitas Brawijaya

Repository Universitas Brawijaya Repository Universitas Brawijaya Repository Universitas Brawijaya Repository Universitas Brawijaya Repository Universitas Brawijaya Repository Universitas Brawijaya Repository Universitas Brawijaya Repository Universitas Brawijaya Repository Universitas Brawijaya Repository Universitas Brawijaya Repository Universitas Brawijava Repository Universitas Brawijaya Reposi 3.6. Metode Pengumpulan Data Repository Universitas Brawijaya Repository 3.6.1. Kuesioner Brawijaya Repository Universitas Brawijaya Repository Universitas Brawijaya Repository Universitas Brawijaya Repository Universe Peneliti memperoleh data primer melalui kuesioner yang disebar Repository Universitas Brawijava kepada responden, dalam hal ini adalah pelanggan Telkomsel di Kota Malang. Menurut Sekaran (2017), kuesioner merupakan daftar pertanyaan Repository Universitas Brawijaya Repository Universitas Brawijaya Repository tertulis yang telah dirumuskan sebelumnya dan akan dijawab oleh Repository Universitas Brawijava Repository Universitas Brawijava responden. Kuesioner dalam penelitian ini bersifat tertutup, dikarenakan peneliti telah menyediakan alternatif jawaban tertentu untuk dipilih oleh Repository Universitas Brawijaya Repository Universitas Brawijaya responden (Cooper & Schindler, 2017). Kuesioner yang disebar tersusun Repository Universitas Brawijaya Repository Universitas Brawijaya atas beberapa pernyataan tertulis yang berkaitan dengan variabel penelitian, yaitu Customer Satisfaction, Switching Cost, Trust in Brand dan Customer Repository Universitas Brawijaya Repository Universitas Brawijaya Repository U*Loyalty*:itas Brawijaya Repository Universitas Brawijaya Repository Universitas Brawijaya Repository Universitas Brawijaya Repository 3.6.2. Skala Pengukuran / a Repository Universitas Brawijaya Repository Universitas Brawijaya Repository Universitas Brawijaya Repository Univer Menurut Sugiyono (2017), skala pengukuran digunakan sebagai Repository Universitas Brawijava Repository Universitas Reposi Repository Uyang ada dalam alat ukur sehingga bila digunakan akan menghasilkan data Repository Universitas Brawijaya Repository Universitas Brawijaya Repository Ukuantitatifas Brawijaya Repository Universitas Brawijaya Repository Universitas Brawijaya Repository Universitas Brawijaya Repository Univer Penelitian ini menggunakan skala *Likert*, skala ini digunakan untuk Repository Universitas Brawijaya Repository Universitas Brawijaya mengukur pendapat, sikap, dan persepsi seseorang atau sekelompok orang tentang fenomena lingkungan sosial (Sugiyono, 2014). Skala *likert* adalah Repository Universitas Brawijaya Repository Universitas Brawijaya Repository suatu skala yang/dirancang untuk menelaah seberapa kuat subjek Repository Universitas Brawijaya Repository Universitas Brawijaya

Repositor Repository Repository Repository Repository Repositor Repositor Repositor Repository Repository Repository Repositor Repository Repository Repository Repositor Repository Repositor Repositor Repository Repository Repository Repositor Repository Repository Repositor Repository Repository Repository Repositor Repository Repository Repository Repositor Repository Repository Repository Repositor Repositor Repositor Repository Repositor Repository Repository Repository

Repository

Repositor

Repositor

Repository Universitas Brawijaya

Repository Universitas Brawijaya Repository Universitas Brawijaya Repository Universitas Brawijaya Repository Universitas Brawijaya Repository Universitas Brawijaya Repository Universitas Brawijaya Repository Universitas Brawijaya Repository Universitas Brawijaya menyetujui suatu pernyataan pada skala lima poin dengan titik panduan Repository Universitas Brawiia Repository Universitas Brawijaya berikut (Uma Sekaran & Roger B, 2017). Repository U Repository Universitas Brawijaya Repository Universitas Brawijaya Repository UBerikut adalah model dari skala pengukuran likert: Versitas Brawijaya Repository Universitas Brawijaya Repository Universitas Brawijaya Repository Universitas Brawijaya Iskala Likert Universitas Brawijaya Repository Universitas Brawijaya Repository Universitas Brawijaya Repository Universitas Brawijay Jawaban pository Universitas Brskoi aya Repository Universitas Brawijaya Repository Universitas Brawijaya Repositor(SS) niversitas Bra5/ijaya Repository Univers Sangat Setujuaya Repository Universitas Brawijaya Repository Universitas Brawijaya Repository Universitas etujuwijaya Repositor(S)Jniversitas Bra4vijaya Repository Universitas Brawijaya Repository Universitas Brawijaya Repository Universitas Netralwijaya Repositor(NUniversitas Bra∛ijava Repository Universitas Brawijava Renository Universitas Brawijaya Repository Universitidak Setuju aya Repositor(TS) niversitas Brawijaya Repository Universitas Brawiia Repository Universitas Brawijaya Sangat Tidak Setuju Repository Universitas Brawijaya Repository Universitas Brawijaya Repository Universitas Brawijaya Repository Universitas Brawijaya RepositSumber: Uma Sekaran & Roger B, 2017 epository Universitas Brawijaya Repository Universitas Brawijaya Repository Universitas Brawijaya Repository Universitas Brawijaya Repository Universitas Brawijaya Reposi 3.7. Variabel Penelitian Wijaya Repository Universitas Brawijaya Repository Universitas Brawijaya Repository Universitas Brawijaya Repository Universitas penelitian adalah segala sesuatu yang berbentuk apa saja Repository Universitas Brawiaya Repository yang ditetapkan oleh peneliti untuk dipelajari sehingga diperoleh informasi ya Repository Universitas Brawijaya Repository Universitas Brawijaya Repositor tentang hal tersebut, kemudian ditarik kesimpulannya. Variabel ini Repository dibedakan atas variabel bebas s (independent) dan variabel terikat Repository Universitas Brawijaya Repository (dependen) (Sugiyono, 2017) Repository Universitas Brawijaya Repository Universitas Brawijaya Repository Universitas Brawijaya Repository Universitas Brawijaya Repository 3.7.1. Variabel Independen Repository Universitas Brawijaya Repository Universitas Brawijaya

Repositor Repository Repository Repository Repository Repositor Repositor Repositor Repository Repository Repository Repository Repository Repository Repository Repositor Repository Repositor Repositor Repository Repository Repository Repositor Repository Repository Repositor Repository Repository Repository Repository Repository Repositor Repository Repositor Repository Repository Repository Repository Repositor Repositor Repositor Repository Repository Repository

Repository

Repository

Repositor

Repositor

Repository Universitas Brawijaya

Repository Universitas Brawijaya Repository Universitas Brawijaya Repository Universitas Brawijaya Repository Universitas Brawijaya Repository Universitas Brawijaya Repository Universitas Brawijaya Repository Universitas Brawijaya Repository Universitas Brawijaya Repository Universit Variabel Windependen of merupakan Wariabel Bryangaya Repository Universitas Brawijaya Repository Unitimbulnya variabel dependen atau terikat (Sugiyono, 2017: 4). Repository Universitas Brawijaya Repository Universitas Brawijaya Repository Uni Dalam penelitian ini yang menjadi variabel independen yaitu: ava Repository Universitas Brawijaya Customer Satisfaction (X1), Switching Cost (X2), Trust In Brand Repository Universitas Brawijaya Repository3.7.2. Variabel Dependen a Repository Universitas Brawijaya Repository Universitas Brawijaya Repository Universitas Brawijaya Repository Universita Variabel dependen merupakan variabel yang dipengaruhi Repository Univatau yang menjadi akibat, karena adanya variabel bebas (Sugiyono, Repository Universitas Brawijaya Repository Universitas Brawijaya Repository Univ 2012: 4). Dalam penelitian ini yang menjadi variabel dependen Repository Universitas Brawijaya Reposi 3.8. Definisi Operasional Variabel Penelitiantory Universitas Brawijaya Repository Universitas Brawijaya Repositor sesuatu yang berbentuk apa saja yang ditetapkan oleh peneliti untuk dipelajari Repository Universitas Brawijaya Repository Universitas Brawijaya Repositor sehingga diperoleh informasi tentang hal tersebut, kemudian ditarik Repository Universitas Brawijaya kesimpulan. Variabel dalam penelitian ini dibagi menjadi dua jenis yaitu: variabel bebas (independent) dan variabel terikat (dependent). Definisi Repository Universitas Brawijaya Repository Universitas Brawijaya Repositor operasional variabel ini kemudian diuraikan menjadi indikator empiris Repository Universitas Brawijaya Repository Universitas Brawijaya disajikan dalam tabel 3.2 pada halaman berikutnya. Dalam tabel tersebut dijelaskan tentang nama variabel, definisi variabel, indikator dan sumber Repository Universitas Brawijaya Repository Universitas Brawijaya Repositoryrujukannyaitas Brawijaya Repository Universitas Brawijaya

Repository Universitas Brawijaya

Repository Universitas Brawijaya

Repositor Repositor Repository Repository Repository Repositor Repositor Repositor Repository Repository Repository Repositor Repository Repository Repository Repositor Repository Repositor Repositor Repository Repository Repository Repositor Repository Repository Repositor Repository Repository Repository Repository Repository Repositor Repository Repositor Repositor Repository Repository Repositor Repositor Repositor Repositor Repositor Repository Repository Repository Repository

Repositor

epository Universita (Lee, Lee, dan Feick, epository Universita 2011: 36). epository Universita s Brawijaya epository Universitas Brawijaya Repository Universitas Brawijaya Repository Universitas Brawijaya Repository Universitas Brawijaya Repository Universitas Brawijaya epository Universitas Brawijaya Repository Universitas Brawijaya

Repository Universitas Brawijaya

Repository Universitas Brawijaya

Repository Universitas Brawijaya

Repository Universitas Brawijaya

Repository Universitas Brawijaya

Variabel

Satisfaction (X1)

tory Universita

tory Universita

ository Universita

ository Universita

ository Universita

ository Universita

ository Universita

itory Universita

itory Universita

ository Universita

epository Universita

epository Universita

epository Universita

epository Universita

Switching cost

(X2)

epository Universita

epository Universita

Customer

No.

Repository Universitas Tabel 3.2: Definisi Operasional Variabelsitas Brawijaya

Brawijaya

Brawijaya

Brawijaya

s Brawijaya

Definisi Konseptual Sumber Indikator BrayVariabel Kepuasan konsumen Tingkat kepuasan Kotler dan konsumen secara (customer satisfaction) Keller (2013) keseluruhan (*overall* rawijaya adalah perasaan senang satisfaction). rawijaya atau kecewa seseorang Kesesuaian produk yang muncul setelah rawijaya dan/atau pelayanan membandingkan kinerja Brawijaya yang ditawarkan produk yang dirasakan dengan harapan rawijaya terhadap kinerja yang konsumen (expectation). Irawijaya diharapkan, Kotler dan rawijaya 3. Tingkat kepuasan Keller (2009: 32). konsumen selama srawijaya. menjalin hubungan rawijaya dengan perusahaan Repo rawijaya (experience). sitory Universitas rawijaya Switching cost adalah 1. Monetary cost, yaitu seberapa Silas Lee, Lee, biaya yang dikeluarkan tinggi tingkat ISITAS dan Feick, oleh konsumen karena penilaian iversitas ra (2011)a berpindah ke produk konsumen mengenai biaya tas atau jasa yang lain, yang rawijaya tidak akan dialami jika irawijaya pindah ke Versitas konsumen tetap setia penyedia jasa sitas Brawijaya dengan produk atau jasa Brawijaya Uncertainty cost, yang dipakai saat ini rawijaya yaitu seberapa tinggi tingkat Brawijaya penilaianiversitas Repo Brawijaya konsumen Repo mengenai Versitas Brawijaya Reposit ketidakpastian sitas Brawijaya ketika pindah ke Reposit Brawijaya

penyedia jasa

tinggi tingkat

yaitu seberapa

konsumen / er Sitas

mengenai biaya

mengevaluasi

Repository Universitas Brawijaya

Repository Universitas Brawijaya

Repp 3. Evaluation cost, (as

penilaian

untuk

Repo

Rep

Repo

Repo

Reposit

Reposit

Repository Universitas Brawijaya

Repositor Repository Repository Repository Repository Repositor

Repositor Repository Repositor Repository Repository Repositor Repository Repository Repositor Repository

Repository Repositor Repositor

Repository Repositor Repository

Repositor Repository Repository Repositor

Repository Repository Repository Repositor

Repository Repositor Repositor

Repositor Repository Repository

Repository Repositor

rawijaya

Irawijaya

rawijaya

Irawijaya

Irawijaya

rawijaya

Repositor Repositor

Repositor Repository

Repository Repository Repositor

> Repository Repositor

Repositor

Repository Universitas Brawijaya Repository Universitas Brawijaya Repository Universitas Brawijaya

Repositor

REPOSITORY.UB.AC.ID

Repository Universitas Brawijaya

| | | | | | 53 | |
|--|-------------------------------|---------------------|---|--|----------------------------------|--|
| Repository | Universita | s Brawijaya | Repos | itory Universitas | Brawijaya | Repository |
| Repository | Universita | s Brawijaya | Repos | itory Universitas | Brawijaya | Repository |
| 1 0 | | s Brawijaya | | itory Universitas | | Repository |
| | | s Brawijaya | | itory Universitas | | Repository |
| - | | | and a | bila berpindah ke | | |
| | | s Brawijaya | Repos | nonvadio ioco | Drawijdyd | Repository |
| | | s Brawijaya | Repos | lain. | | Repository |
| × 2 | | s Brawijaya | Repos | . Learning cost, Stas | | Repository |
| Repository | Universita | s Brawijaya | Repos | yaitu seberapa Sitas | | Repository |
| Repository | Universita | s Brawijaya | Repos | tinggi tingkat | Brawijaya | Repository |
| Repository | Universita | s Brawijaya | Repos | penilaian konsumen versitas | Brawijaya | Repository |
| 4 | | s Brawijaya | Repos | mengenai biaya | Brawijaya | Repository |
| - | | s Brawijaya | Repos | mempelajari bila | Brawijaya | Repositor |
| | | s Brawijaya | Repos | berpindah ke | Brawijaya | Repository |
| | | s Brawijaya | Repos | penyedia jasa lain. | Brawijaya | Repository |
| | | | | Set up cost, yaitu | | |
| | | s Brawijaya | | seberapa tinggi | Brawijaya | Repository |
| | | s Brawijaya | Repos | tingkat penilaian | Brawijaya | Repository |
| 1 | | s Brawijaya | Repos | Konsumen | Brawijaya | Repository |
| | | s Brawijaya | Repos | 1101) 001111 01 01010 | Brawijaya | Repository |
| Repository | Universita | s Brawijaya | Repos | jika memasang/ <i>set up</i> | Brawijaya | Repository |
| Repository | Universita | s Brawijaya | Repos | ke penyedia jasa | Brawijaya | Repository |
| Repository | Universita | s Brawijaya | Repos | itan Universitas | | Repository |
| | | s Brawijaya | | itory Universitas | | Repository |
| m | I for home and the | a Characteria | Danas | ikan'i Hairranaikaa | Danielia | Repositor |
| Action to the second se | t in Brand Sila Universita | Kepercayaan mere | F7 | Reputasi yang dimiliki merek. | Lau dan Lee, (2009) | Repository |
| (120) | | (trust in brand) ad | | merek. Reputasi perusahaan. | Brawijaya | 1000 |
| - | Universita | kemauan konsume | - 2 | . Pengalaman terhadap | Drowilava | Repository |
| Repository | | mempercayai mere | . s copour | merek | prawijaya | Repository |
| 1 / | Universita | dengan segala risil | 2 | HOLY OHIVELSHAS | Brawijaya | Repository |
| 7 | Universita | bahwa merek terse | | itory Universitas | | Repository |
| Repository | Universita | dapat memberikan | Per 6-01 10 15-0 | itory Universitas | Brawijaya | Repository |
| Repository | Universita | hasil vang positif | Kepos | itory Universitas | | Repository |
| Repository | Universita | haginya (Lau dan) | Repos | itory Universitas | Brawijaya | Repository |
| Repository | Universita | 2009: 341) | Repos | itory Universitas | Brawijava | Repositor |
| Repository | Universita | s Brawijaya | Repos | itory Universitas | Brawijava | Repositor |
| Repos Cust | omer Loyalty | Loyalitas konsume | engenni. | Pembelian ulang | Sutisna, | Repositor |
| Repositor | Universita | (customer loyalty) | dapat | the mark the base of the second | (2013) | Repositor |
| | | didefinisikan seba | Danaa | Membeli antar lini | Brawijaya | |
| 2 | Universita | sikap menyenangi | george . | produk atau jasa | Brawijaya | Repository |
| , , | Universita | terhadap suatu me | 2 | itory Universitas Mereferensikan | Brawijaya | Repository |
| - V | Universita | yang direpresentas | ikan poo | ivery willings where | Brawijaya | Repository |
| | Universita | dalam pembelian y | | kepada orang lain | Brawijaya | Repository |
| Repository | Universita | konsisten terhadap | Repos | Menunjukan | Brawijaya | Repository |
| Repository | Universita | merek tersebut | Repos | kekebalan terhadap | Brawijaya | Repository |
| Repository | Universita | s Brawijaya | Repos | tarikan pesaing | Brawijaya | Repositor |
| | | s Brawijava | Repos | itory Universitas | Brawijava | Repository |
| - | | s Brawijaya | | itory Universitas | Brawijava | Repository |
| | | s Brawijaya | | itory Universitas | 2 2 | Repository |
| 1 | | | | and the second s | | and the second s |
| | | s Brawijaya | | itory Universitas | | Repository |
| DOMESTIC STREET, STREE | | | | | mod 21 T 2 4 S 7 1 5 T 3 5 7 T 3 | DOMEST AND A STATE OF |
| Lebositor à | Universita | 5 Drawijaya | L/ahoz | itory Universitas | Diawijaya | Repository |

Repository Universitas Brawijaya Repository Universitas Brawijaya Repository Universitas Brawijaya Repository Universitas Brawijaya Repository Universita sepanjang waktu Repository Universitas Brawijaya Repository Universitas Brawijaya Reposi Sumber: Data diolah, 2020 Repository Universitas Brawijaya Repository Universitas Brawijaya

Repository Universitas Brawijaya

Repository Universitas Brawijaya Repository Universitas Brawijaya Repository Universitas Brawijaya Repository Universitas Brawijaya Repository Universitas Brawijaya Repository Universitas (Sutisna, 2013; 41) Repository Universitas Brawijaya

Repository Universitas Brawijaya Repository Universitas Brawijaya

Repository Universitas Brawijaya

Repository Universitas Brawijaya

Repository Repositor Repository Repository Repository Repositor Repository Repository Repository Repository Repository Repository Repository Repository Repository Repositor

Repository

Repository Repository Repository Repository Repositor

Repositor Repository Repository

Repository Repository Repository

Repositor Repositor

Repositor Repository Repository

Repository Repository

Repository Repositor

Repository Universitas Brawijaya

Repository Universitas Brawijaya Repository Universitas Brawijaya Repository Universitas Brawijaya Repository Universitas Brawijaya Repository Universitas Brawijaya Repository Universitas Brawijaya Repository Universitas Brawijaya Repository Universitas Brawijaya Reposita. Metode Analisis Data/ijava Repository Universitas Brawijaya Repository Universitas Brawija va Untuk menentukan sejauh mana instrumen penelitian dapat dipercaya Repository maka dilakukan uji validitas dan uji reliabilitas. Adapun pengujian validitas Repository Universitas Brawijaya Repository Universitas Brawijaya Reposition dan reliabilitas dalam penelitian ini menggunakan komputer dengan program SPSS (Statistic Product and Services Solution) for windows versi 21. Repository Universitas Brawijaya Repository 3.9.1. Uji Validitas Data aya Repository Universitas Brawijaya Repository Universitas Brawijaya Repository Univ Uji validitas digunakan untuk mengukur sah atau valid tidaknya suatu kuesioner. Suatu kuesioner dikatakan valid jika pertanyaan pada kuesioner Repository mampu untuk mengungkapkan sesuatu yang akan diukur oleh kuesioner Repository Universitas Brawijaya Repository Universitas Brawijaya Repositor tersebut (Ghozali, 2018). Repository Universitas Brawijaya Repository Universitas Brawijaya Repository Universitas Brawijaya Repository Univ Uji validitas dapat dilakukan dengan melakukan korelasi bivariate Repository Universitas Brawijaya antara masing-masing skor indikator dengan skor total konstruk melalui uji Repository signifikansi. Uji signifikansi dilakukan dengan membandingkan nilai r_{table} pada Repository Universitas Brawijaya Repository Universitas Brawijaya Repositor tabel r product moment pearson dengan tingkat signifikansi untuk uji satu arah Repository Universitas Brawijava Repository Universitas Brawijaya sebesar 5% (0,05) dengan nilai r_{hitung} untuk degree of freedom (df) = n-2. Apabila nilai $r_{hitung} < r_{table}$, maka dinyatakan tidak valid. Sebaliknya, apabila Repository Universitas Brawijaya Repository Universitas Brawijaya Repositor/nilai $r_{hitung} > r_{table}$, maka dinyatakan valid. Selain itu, perlu diperhatikan nilai Repository Universitas Brawijaya Repository Universitas Brawijaya Repository signifikansinya. Apabila nilai signifikansi > 0,05 maka dinyatakan tidak valid. Sebaliknya, apabila nilai signifikansi < 0,05 maka dinyatakan valid. Repository Universitas Brawijaya Repository Universitas Brawijaya

Repositor Repositor Repository Repository Repository Repositor Repositor Repositor Repository Repository Repository Repository Repository Repository Repository Repositor Repository Repositor Repositor Repository Repository Repository Repositor Repository Repository Repositor Repository Repository Repository Repositor Repository Repositor Repository Repositor Repository Repository Repository Repository Repositor Repositor Repositor Repository Repository Repository Repository

Repository

Repositor

Repositor

Repository Universitas Brawijaya

Repository Universitas Brawijaya

Repository Universitas Brawijaya Repository Universitas Brawijaya Repository Universitas Brawijaya Repository Universitas Brawijaya Repository Universitas Brawijaya Repository Universitas Brawijaya Repository Universitas Brawijaya Repository Universitas Brawijaya Repository U3.9.2 r.Uji Reliabilitas Data Repository Universitas Brawijaya Repository Universitas Brawijaya Menurut Ghozali (2018), suatu kuesioner dikatakan reliabel atau Repository Uhandal jika jawaban seseorang terhadap pernyataan adalah konsisten atau Repository Universitas Brawijaya Repository Universitas Brawijaya Repository Ustabil dari waktu ke waktu. Untuk mengukur reliabilitas kuesioner yang Repositor digunakan pada penelitian ini, digunakan uji statistik *Cronbach's Alpha* (α). Repository Unstrumen dapat dikatakan handal (reliabel) bila memiliki reliabilitas Repository Universitas Brawijaya Repository Universitas Brawijaya Repository (Sebesar 0,60 dalam pengujiannya (Anwar Sanusi, 2011). Las Brawijaya Repository Universitas Brawijaya Repository Universitas Brawijaya Repository Universitas Brawijaya Repository Universitas Brawijaya Repository University Braying Asumsi Klasik Repository Universitas Brawijaya Repository Universitas Uji normalitas bertujuan untuk mengetahui apakah distribusi sebuah data mengikuti atau mendekati distribusi normal, yang Repository Univerdigambarkan dengan bentuk lonceng (bell-shaped). Data yang baik Repository Universitas Brawijaya Repository Universitas Brawijaya Repository Unive adalah data yang mempunyai pola seperti distribusi normal, yaitu Repository University distribusi data tersebut tidak menceng ke kiri atau menceng ke kanan Repository Universitas Brawijaya Repository Universitas Brawijaya Repository Unive (Santoso, 2010). Selain itu, data yang memiliki distribusi normal akan Repository Universitas Brawijaya Repository Universitas Brawijaya Repository Univermembentuk satu garis lurus diagonal, dan ploting data residual akan dibandingkan dengan garis diagonal. Jika distribusi data residual Repository Universitas B Repository Univenormal, maka garis yang menggambarkan data sesungguhnya akan Repository Universitas Brawijaya Repository Universitas Brawijaya Repository Universitation mengikuti garis diagonalnya (Ghozali, 2018). ersitati Brawijaya Repository Universitas Brawijaya Repository Universitas Brawijaya Repository Universitas Sebagai upaya menghindari kesalahan visual, maka selain Repository Universitas Brawijaya Repository Universitas Brawijaya

Repositor Repository Repository Repository Repository Repositor Repositor Repository Repository Repository Repository Repositor Repository Repository Repository Repositor Repository Repositor Repositor Repository Repository Repository Repositor Repository Repository Repositor Repository Repository Repository Repository Repository Repository Repository Repositor Repository Repository Repository Repositor Repositor Repositor Repositor Repository Repository Repository Repository

Repository

Repositor

Repositor

Repository Universitas Brawijaya

Repository Universitas Brawijaya Repository Universitas Brawijaya Repository Universitas Brawijaya Repository Universitas Brawijaya Repository Universitas Brawijaya Repository Universitas Brawijaya Repository Universitas Brawijaya Repository Universitas Brawijaya Repository Unive Salah satu uji statistik untuk menguji normalitas yaitu uji statistik Repository Universitas Brawijaya Repository Un3.9.3.2 as Buji Heteroskedastisitas ory Universitas Brawijaya Repository Universitas Brawijaya Repository Universitas Brawijaya Repository Universitas Uji heteroskedastisitas bertujuan menguji apakah dalam model Repository Universitas Brawijaya Repository Universitas Brawijaya Repository Univeregresi terjadi ketidaksamaan variance dari residual satu pengamatan Repository Universitas Brawijaya ke pengamatan yang lain. Jika variance dari residual satu pengamatan Repository Univeke pengamatan lain tetap, maka disebut Homoskedastisitas dan jika Repository Universitas Brawijaya Repository Universitas Brawijaya Repository Universed disebut Heteroskedastisitas. Model regresi yang baik adalah Repository Universitas Brawina a Repository Universitas Brawina a gravitata yang Homokskedastisitas atau tidak terjadi Heteroskedastisitas Repository Unive (Ghozali, 2018). aya Repository Universitas Brawijaya Repository Universitas Brawijaya Repository Universitas Brawijaya Repository Universitas Salah satu cara yang dapat digunakan untuk mendeteksi ada Repository Universitas Repository Univertidaknya heteroskedastisitas adalah dengan melakukan analisis hasil Repository Universitas Brawijaya Repository Universitas Brawijaya Repository Unive Grafik Scatterplot, dengan dasar analisis sebagai berikut Brawijaya Repository Universitas Brawijaya Repository Universitas Brawijaya Repository Univea: i Jika ada pola tetentu, seperti titik-titik yang ada membentuk pola Repository Universitas Brawijaya Repository Universit menyempit), ya maka pomengindikasikan Sitatelah awterjadi Repository Universitas Brawijaya Repository Universitas Brawijaya Repository Universit heteroskedastisitas. Repository Universitas Brawijaya Repository Universitas Brawijava b. Jika tidak ada pola yang jelas, serta titik-titik menyebar di atas Repository Universit dan di bawah maka angka 0 pada sumbu Y, maka tidak terjadi Repository Universitas Brawijaya Repository Universitas Brawijaya Repository Universit heteroskedastisitas. Repository Universitas Brawijaya Repository Universitas Brawijaya

Repositor Repository Repository Repository Repository Repositor Repositor Repositor Repository Repository Repository Repositor Repository Repository Repository Repositor Repository Repositor Repositor Repository Repository Repository Repositor Repository Repository Repositor Repository Repository Repository Repositor Repository Repositor Repository Repositor Repository Repository Repository Repositor Repositor Repositor Repositor Repositor Repository

Repository

Repository

Repository

Repositor

Repositor

Repository Universitas Brawijaya

Repository Universitas Brawijaya Repository Universitas Brawijaya Repository Universitas Brawijaya Repository Universitas Brawijaya Repository Universitas Brawijaya Repository Universitas Brawijaya Repository Universitas Brawijaya Repository Universitas Brawijaya Repository Unive 3.9.3.3 Uji Multikolinieritas ository Universitas Brawijaya Repository Universitas Brawijaya Repository Universitas Brawijaya Repository Universitas Uji amutikoloniearitas Odigunakan i untuk i menguji vapakah Repository Universitas Brawijaya Repository Universitas Brawijaya Repository Univerterdapat korelasi yang kuat diantara variable variable bebas (X) yang Repository University diikutsertakan kedalam pembentukan model regresi liniear. Uji Repository Universitikoiniearitas bertujuan untuk menguji apakah model regresi Repository Universitas Brawijaya Repository Universitas Brawijaya Repository Unive ditemukan adanya koreasi diantara variabel bebas. (Gozali, 2018). Repository Universitas Brawijaya Repository Universitas Brawijaya Repository Universitas Untuk mendeteksi adanya multikoiniearitas dapat diuji dan Repository University Selanjutnya dilihat melalui nilai VIF (Varian Inflanation Factor). Bila Repository Universitai VIF ebih besar dari 10 maka terjadi mulikoliniearitas, dan Repository Universitas Brawijaya Repository Universitas Brawijaya Repository Universebaliknya apabila nilai VIF lebih kecil dari 10 maka tidak terjadi Repository Universitas Brawijaya Reposi 3.10. Teknik Analisis Data Jaya Repository Universitas Brawijaya Repository Universitas Brawijaya Repository Universitas Brawijaya Repository 3.10.1. Analisis Regresi Linier Berganda ory Universitas Brawijaya Analisis data yang digunakan dalam penelitian ini adalah regresi Repository Universitas Brawijaya Repository Universitas Brawijaya Repository berganda.sebelum menggunakan analisis ini, perlu dilakukan pengujian Repository Universitas Brawijaya Repository Universitas Brawijaya Repository (persyaratan terlebih dahulu yang disebut uji asumsi klasik tas Brawijaya Repository Universitas Brawijaya Repository berdasarkan pertitungan-perhitungan statistika, umumnya disebut model, Repository Universitas Brawijaya Repository Universitas Brawijaya Repository untuk mengetahui trgaimam perbedaan sebuah variabel mempengaruhi variabel lain (Nazir M, 2013). Uji regresi dimaksudkan untuk menguji Repository Repository bagaimana pengaruh variabel- varriabel X dan melihat perbedaan besar kecil Repository Universitas Brawijaya Repository Universitas Brawijaya pengaruh variabel-variabel tersebut terhadap variabel Y. Model regresi Repository Universitas Brawijaya Repository Universitas Brawijaya

Repository Universitas Brawijaya

Repository Universitas Brawijaya

Repositor Repository Repository Repository Repository Repositor Repositor Repository Repository Repository Repository Repositor Repository Repository Repository Repositor Repository Repositor Repositor Repository Repository Repository Repositor Repository Repository Repositor Repository Repository Repository Repository Repository Repositor Repository Repositor Repository Repository Repository Repository Repositor Repository Repositor Repositor Repository Repository Repository Repository

Repositor

Repository Universitas Brawijaya

Repository Universitas Brawijaya Repository Universitas Brawijaya Repository Universitas Brawijaya Repository Universitas Brawijaya Repository Universitas Brawijaya Repository Universitas Brawijaya Repository Universitas Brawijaya Repository Universitas Brawijaya Repository berganda yang disusun dalam kaitannya fugan pengaruh variabel bebas Repository Universitas Brawija Repository Universitas Brawijaya terhadap variabel terikat adalah: Repository Universitas Brawijaya Repository Repository Universitas Brawijaya Repository Universitas Brawijaya Repository Universitas Brawijaya Repository Universelle Mengutip dari rumus diatas, maka persamaan regresi berganda va Repository Universitas Brawijaya Repository Uyang dipakai sebagai berikut: Repository Universitas Brawijaya Repository Universitas Brawijaya Repository Universitas Brawijaya + Basository Universitas Brawijaya Repository Universitas Brawijaya Repository Universitas Brawijaya Repository Universitas Brawijaya Repository Univedimana Brawijaya Repository Universitas Brawijaya Repository Universitas Brawijaya Repository Universitas Brawijā Customer Loyaltyry Universitas Brawijaya Repository Universitas Brawija Constanta pository Universitas Brawijaya Repository University Brawija Koefisien regresi yang hendak ditafsirkan Wijaya Repository Universitas Brawijaya Repository Universitas Brawijaya Repository Universitas Brawija Customer satisfaction Universitas Brawijaya Repository Universitas Brawija Switching cost itory Universitas Brawijaya Repository Univergitas Brawijayarror Repository Universitas Brawijaya Repository Universitas Brawijaya Repository Universitas Brawijaya Repository Universitas Brawijaya Repository Uni Kriteria penerimaan dan penolakan hipotesis Repository Universitas Brawijaya Repository Uni Repository Universitas Brawijaya ersitas Brawijaya Repository Universitas Brawija va Repos Repository Universi diterima, artinya variabel independen berpengaruh positif dan Repository Universitas Brawijaya Repository Universitas Brawijaya Repository Universisignifikan pada variabel dependen. Universitas Brawijaya Repository Universitas Brawijaya Repository Universitas Brawijaya Repository Unive 2. Jika p-value > α dan nilai koefisien beta negatif maka H1, H2, Va Repository Universitas Brawijaya Repository Universitas Brawijaya Repository Universit H3 ditolak, artinya variabel independen tidak berpengaruh pada a Repository Universitas Brawijaya Repository Universitas Brawijaya

Repositor Repository Repository Repository Repository Repositor Repositor Repositor Repository Repository Repository Repository Repository Repository Repository Repositor Repository Repositor Repositor Repository Repository Repository Repositor Repository Repository Repositor Repository Repository Repository Repository Repository Repository Repositor Repositor Repositor Repository Repository Repositor Repositor Repositor Repositor Repositor Repository Repository Repository Repository Repositor

Repositor

Repository Universitas Brawijaya

Repository Universitas Brawijaya Repository Universitas Brawijaya Repository Universitas Brawijaya Repository Universitas Brawijaya Repository Universitas Brawijaya Repository Universitas Brawijaya Repository Universitas Brawijaya Repository Universitas Brawijaya Repository 3.10.2. Uji Hipotesis (Uji t) Repository Universitas Brawijaya Repository Universitas Brawijaya Repository Universitas Brawijaya Repository Universecara parsial, pengujian hipotesis dilakukan dengan uji t-test. Repository Universitas Brawijaya Repository Universitas Brawijaya Repository Menurut Ghozali (2018), bahwa uji statistik t pada dasarnya menunjukkan seberapa jauh pengaruh satu variabel penjelas/independen secara individual Repository Universitas Brawijaya Repository dalam menerangkan variabel dependen. Uji ini dilakukan dengan Repository Universitas Brawijaya Repository Universitas Brawijaya membandingkan signifikansi thitung dengan ketentuan: Repository Universitas Brawijaya Repository Universitas Brawijaya Repository (a.) Jika thitung < t_{tabel} pada α 0.05, maka H_i ditolak. Iversitas Brawijaya Repository Universitas Brawijaya b. Jika t_{hitung} > t_{tabel} pada α 0.05, maka H_i diterima. Repository Repository Universitas Brawijaya Repository Unive Secara simultan, pengujian hipotesis dilakukan dengan uji F-test. Menurut Ghozali (2018), bahwa uji statistik F pada dasarnya Repository menunjukkan apakah semua variabel independen atau bebas yang aya Repository Universitas Brawijaya Repository Universitas Brawijaya Repository dimasukkan dalam model mempunyai pengaruh secara bersama-sama terhadap variabel dependen/terikat. Uji ini dilakukan dengan Repository membandingkan signifikansi Fhitung dengan ketentuan: Sitas Brawijaya epository Universitas Brawijaya Repository Universitas Brawijaya Repository Universitas Brawijaya Repository Universitas Brawijaya Repository Una. Glika Fhitung < Ftabel pada α 0.05, maka H1 ditolak. (as Brawijaya Repository Universitas Brawijaya Repository Universitas Brawijaya Repository Unb. Jika Fhitung > Ftabel pada α 0.05, maka H₁ diterima. Brawijaya Repository Universitas Brawijaya

Repositor Repository Repository Repository Repository Repository Repositor Repository Repository Repository Repository Repository Repository Repository Repository Repositor Repository Repository Repositor Repository Repository Repository Repositor Repository Repository Repositor Repository Repository Repository Repository Repository Repository Repository Repositor Repositor Repository Repository Repository Repositor Repositor Repositor Repository Repository

Repository

Repository

Repository

Repositor

Repositor

Repository Universitas Brawijaya Repository Universitas Brawijaya Repository Universitas Brawijaya Repository Universitas Brawijaya Repository 3.10.4 Uji Koefisien Determinasi (R²) sitory Universitas Brawijaya Repository Universitas Brawijaya Repository Univerkoefisien determinasi (R²) digunakan untuk mengukur seberapa jauh Repository Universitas Brawijaya Repository kemampuan model dalam menerangkan variasi variabel dependen (Ghozali, Repository Universitas Brawijaya Repository [2018]. Nilai Koefisien determinasi adalah antara 0 dan 1. Bila nilai R kecil berarti kemampuan variabel-variabel Repository dependen sangat terbatas. Jika nilai R mendekati 1 berarti variabel independen Repository Universitas Brawijaya memberikan hampir semua informasi yang dibutuhkan untuk memprediksi Repository variasi variabel independen. Repository Universitas Brawijaya Repository Universitas Brawijaya Repository Universitas Brawijaya variabel independen yang dimasukkan ke dalam model. Setiap tambahan satu Repository University Brawing Repository variabel independen, maka R² Repository Repository tersebut berpengaruh secara signifikan terhadap variabel dependen. Oleh karena Repository Universitas Brawijaya itu, dalam penelitian ini digunakan nilai Adjusted R². Nilai Adjusted R² dapat naik atau turun apabila satu variabel independen ditambahkan ke dalam model. Repository Universitas Brawijaya Repository Universitas Brawijaya

Repository Universitas Brawijaya

Repository Universitas Brawijaya Repository Universitas Brawijaya Repository Universitas Brawijaya Repository Universitas Brawijaya independen dalam menerangkan variabel Repository Universitas Brawijaya Repository Universitas Brawijaya pasti meningkat tidak peduli apakah variabel Repository Universitas Brawijaya Repository Universitas Brawijaya

Repository Universitas Brawijaya

Repository Universitas Brawijaya

Repository Universitas Brawijaya

Repositor Repository Repository Repository Repository Repository Repositor Repositor Repository Repository Repository Repository Repository Repository Repository Repositor Repository Repositor Repositor Repository Repository Repository Repositor Repository Repository Repositor Repository Repository Repository Repository Repository Repository Repositor Repositor Repositor Repository Repository Repository Repositor Repositor Repositor Repository Repository Repository Repository

Repository

Repositor

Repository Universitas Brawijaya BAB Vsitory Universitas Brawijaya Repository Universitas Brawijaya Repository Universitas Brawijaya PENELITIAN Universitas Brawijaya Repository Universitas Brawijaya Repository Universitas Brawijaya Repository Universitas Brawijaya Repository Universitas Brawijaya Reposit4.1, Gambaran Umum Objek Penelitian ository Universitas Brawijaya PT. Telekomunikasi Selular Indonesia Repository Universitas Brawijava Repository Universitas Perusahaan Repository Universitas Brawijava Repository University Charles Telepository University Repository Universitas Brawijaya Repository Universitas Brawijaya Repository Universitas Brawijaya Telkomsel merupakan operator telekomunikasi seluler GSM kedua di Indonesia, dengan layanan paskabayarnya yang diluncurkan pada tanggal 26 Repositor Mei 1995. Waktu itu kepemilikan saham Telkomsel adalah PT Telkom (51%) Repository Universitas Brawijaya Repository Universitas Brawijaya Reposition dan PT Indosat (49%). Kemudian pada November 1997 Telkomsel menjadi operator seluler pertama di Asia yang menawarkan layanan prabayar GSM. Repository Telkomsel ini mengklaim sebagai operator telekomunikasi seluler terbesar di Repository Universitas Brawijaya Repository Universitas Brawijaya Repositor Indonesia, dengan 26,9 juta pelanggan dan memiliki market share sebesar 55% Repository Universitas Brawijaya Repository Universitas Brawiia (Maret 2006). Telkomsel memiliki tiga produk GSM, yaitu SimPATI Repository (prabayar), KartuAS (prabayar), serta KartuHALO (paskabayar). Saat ini Repository Universitas Brawijaya Repository Universitas Brawijaya Repository saham e Telkomsel e dimiliki oleh TELKOM (65%) dan perusahaan Repository Universitas Brawijay telekomunikasi Singapura SingTel (35%). TELKOM merupakan BUMN Repository Indonesia yang mayoritas sahamnya dimiliki oleh Pemerintah Republik Repository Universitas Brawijaya Repository Universitas Brawijaya Repositor Indonesia, sedang SingTel merupakan perusahaan yang mayoritas sahamnya Repository Universitas Brawijaya Repository Univ Pada tahun 1995, secara resmi Telkomsel mendapat izin untuk memberikan jasa telekomunikasi selular GSM, setelah sebelumnya sukses sebagai pilot project Telkom dalam proyek percontohan GAM di Batam. Hal Repository Universitas Brawijaya Repository Universitas Brawijaya Repository berbeda dengan operator ava Repository Universitas Brawijaya Repository Universitas Brawijaya

Repositor Repository Repository Repository Repository Repositor Repositor Repositor Repository Repository Repository Repositor Repository Repository Repository Repositor Repository Repositor Repositor Repository Repository Repository Repositor Repository Repository Repositor Repository Repository Repository Repository Repository Repository Repository Repositor Repository Repository Repository Repositor Repository Repositor Repositor Repositor Repository Repository

Repository

Repository

Repositor

Repositor

Repository Universitas Brawijaya

Repository Universitas Brawijaya Repository Universitas Brawijaya Repository Universitas Brawijaya Repository Universitas Brawijaya Repository Univilain, a Telkomsela mulai emembangun Jaringan a dan remelayani Repository Universitas Brawijaya Repository Universitas Brawijaya Repository pelanggannya dari luar Jawa yakni Batam, Medan, dan daerah lainnya. Selanjutnya Pada tahun 1996, Telkomsel mulai beroperasi di ibu kota Jakarta Jniversitas Brawijaya kepository Universitas Brawijaya Reposition dan 23 berhasil melayani seluruh provinsi yang ada di Indonesia, hal ini Repository Universitas Brawijaya Repository Universitas Brawijaya Repository ditandai dengan pengoperasian layanan Telkomsel di Ambon dan Jayapura. Repository Universitas Brawijaya Repository Universitas Brawijaya Repository Univ Telkomsel menjadi pelopor kartu prabayar isi ulang di ASIA dan Repository Universitas Brawijaya Repository Universitas Brawijaya meluncurkan produk pertamanya simPATI, kartu ini diluncurkan saat krisis ekonomi sedang melanda tahun 1997, dimana Telkomsel memberikan solusi Repository Universitas Brawijaya Repository kepada para pengguna jasa selular yang memulai melakukan pengontrolan Repository Universitas Brawijaya Repository Universitas Brawijaya Repository anggaran komunikasinya. Selain itu juga Telkomsel mendapat sertifikat ISO 9002 untuk *Costumer Service On-Line* dari PT Tuv Rheinland Jerman, yang Repository menandai layanan pelanggan Telkomsel telah memenuhi standarisasi mutu Repository Universitas Brawijaya Repository Universitas Brawijaya Repository internasional as Brawijaya Repository Universitas Brawijaya Repository Universitas Brawijaya Repository Universitas Brawijaya Repository Univ Telkomsel pada tahun 1998s membuat program baru untuk Repository Universitas Brawijaya Repository Universitas Brawijaya Repository mengembangkan jaringannya dengan mencanangkan Word Class Operator sebagai tolak ukur standar layanan. Positioning baru kartu prabayar Telkomsel Repository Universitas Brawijaya Repository Universitas Brawijaya Repository dengan nama simPATI Nusantara yang bermottokan "Dengan simPATI tetap Repository Universitas Brawijaya Repository Universitas Brawijaya Repository terkendali", dimana simPATI yang sebelumnya hanya digunakan di area registrasinya, kini simPATI bisa digunakan di seluruh Indonesia. Repository Universitas Brawijaya epository Universitas Brawijaya Repository Universitas Repository Universitas Repository Universitas Repository Universitas Repository Universitas Repository Univer Repository Care) menggantikan system Repository universitas Brawiiaya billing lama, menandai peristiwa penting Repository Telkomsel dalam menjalankan bisnisnya. BIANCA memungkinkan berbagai Repository Universitas Brawijaya Repository Repository Universitas Brawijaya Repository Universitas Brawijaya Repository Repository Universitas Brawijaya Repository Universitas Brawijaya Repository Repository Universitas Brawijaya Repository Universitas Brawijaya Repository

Repository Universitas Brawijaya

Repository Universitas Brawijaya

Repositor Repository Repository Repository Repository Repository Repositor Repositor Repository Repository Repository Repositor Repository Repository Repository Repositor Repository Repositor Repositor Repository Repository Repository Repositor Repository Repository Repositor Repository Repository Repository Repository Repository Repository Repository Repositor Repository Repository Repository Repositor Repository Repositor Repository Repositor

Repositor

Repository Universitas Brawijaya

Repository Universitas Brawijaya Repository Universitas Brawijaya Repository Universitas Brawijaya Repository Universitas Brawijaya Repository proses dapat dilakukan secara serempak, seperti: informasi pelanggan, Repository Universitas Brawijaya Repository Universitas Brawijaya Repository pencatatan percakapan, hingga produksi tagihan / invoice sitas Brawijaya Repository Universitas Brawijaya Repository Universitas Brawijaya Repository Univ Predikat pelayanan terbaik untuk kategori operator selular: "The in Repository Universitas Brawijaya Repository Achieving Costumer Satisfaction Toward Service Quality" dari lembaga survei frontier bekerja sama dengan majalah SWA. Pada tahun 2000, Telkomsel 24 Repository Universitas Brawijaya Repository Universitas Brawijaya Repository mempelopori layanan *Mobile Banking* di Indonesia bekerja sama dengan bank Repository Universitas Brawijaya Repository Universitas Brawijaya Repository Panin, yang merupakan inovasi Tekomsel dalam mengintegrasikan sistem teknologi telekomunikasi dan informasi dalam sistem banking. Repository Universitas Brawijaya telekomunikasi seluler di Indonesia dengan pangsa pasar dan pendapatan Repository Universitas Brawijaya Repository Universitas Brawijaya Repository saham. Pada akhir Maret 2009, Telkomsel memiliki 72.1 juta pelanggan yang Repository Universitas Brawijaya Repository Universitas Brawijaya Repository berdasarkan statistik industri, mewakili pangsa pasar yang diperkirakan sekitar 50%. Telkomsel menyediakan layanan selular di Indonesia, melalui nasional Repository Universitas Brawijaya Repository Universitas Brawijaya Repository sendiri dual-band GSM 900-1800 MHz, jaringan 3G, dan internasional, melalui Repository Universitas Brawijaya Repository Universitas Brawijaya Repository 341 mitra roaming internasional di 180 negara (akhir Maret 2009). Pada September 2006, Telkomsel menjadi operator pertama di Indonesia untuk Repository Universitas Brawijaya Repository Universitas Brawijaya Repository meluncurkan layanan 3G. ya Repository Universitas Brawijaya Repository Universitas Brawijaya Repository Universitas Brawijaya Repository Univ Perusahaan menyediakan pelanggan dengan pilihan antara dua-kartu Repository Universitas Brawijaya Repository Universitas Brawijaya Repository prabayar simPATI dan Kartu As, atau pasca-bayar kartuHALO layanan, serta Repository Universitas Brawijaya Repository Universitas Brawiiava berbagai layanan nilai tambah dan program. Pada 20 Maret 2009, Telkomsel dan Apple South Asia Pte. Ltd meluncurkan iPhone 3G di Indonesia dengan Repository Universitas Brawijaya Repository Universitas Brawijaya Repository harga disesuaikan rencana untuk semua pelanggan Telkomsel berharga. Repository Universitas Brawijaya Repository Universitas Brawijaya

Repository Repository Repository Repository Repository Repositor Repository Repository Repository Repository Repository Repository Repository Repository Repositor Repository Repositor Repositor Repository Repository Repository Repositor Repository Repository Repositor Repository Repository Repository Repositor Repository Repositor Repository Repositor Repository Repository Repository Repositor Repository Repositor Repository Repositor

Repository

Repository

Repository

Repository

Repositor

Repositor

Repository Universitas Brawijaya

Repository Universitas Brawijaya

Repositor

Repositor

Repository

Repository

Repository Repository

Repositor

Repositor

Repository

Repository

Repository

Repository Repository

Repository

Repository

Repositor

Repository

Repositor

Repositor

Repositor

Repository

Repository Repository

Repository Repository

Repositor

Repository Repository

Repository Repository

Repository

Repository

Repository

Repositor

Repository

Repository Repository

Repository Repository

Repositor

Repositor

Repository

Repository

Repository

Repository

Repository

Repositor

Repositor

Repository Universitas Brawijaya Repository Universitas Brawijaya Repository Universitas Brawijaya Repository Universitas Brawijaya Repository University Telkomsel beroperasi di Indonesia telah tumbuh secara substansial Repository Universitas Brawijaya Repository Universitas Brawijava Repository sejak peluncuran komersial pasca layanan dibayar pada tanggal 26 Mei 1995. Pada November 1997, Telkomsel menjadi operator telekomunikasi seluler Repository pertama di Asia yang memperkenalkan GSM dapat diisi ulang layanan pra-Repository Universitas Brawijaya Repository Universitas Brawijaya Repository bayarversitas Brawijaya Repository Universitas Brawijaya Repository Universitas Brawijaya Repository Universitas Brawijaya Repository Univ Telkomsel memiliki jangkauan jaringan terbesar dari salah satu Repository Universitas Brawijaya Repository Universitas Brawijaya operator selular di Indonesia, menyediakan jangkauan jaringan yang mencapai lebih dari 25 95% dari jumlah penduduk Indonesia dan merupakan satu -Repository Universitas Brawijaya Repository Universitas Brawijaya Repository satunya operator di Indonesia yang mencakup seluruh negara, provinsi dan Repository Universitas Brawijaya Repository Universitas Brawijaya Repository kabupaten, baik semua "kecamatan" di Sumatra, Jawa, dan Bali. Brawijaya Repository Universitas Brawijaya Repository Universitas Brawijaya Repository Univ Saat ini dunia semakin terhubung, dan pertukaran informasi terjadi Repository Universitas Brawijaya Repository Universitas Brawijaya Repository amat cepat. Kebutuhan komunikasi tidak lagi sebatas suara dan SMS, namun juga dalam format lainnya seperti video dan foto. Kebutuhan masyarakat akan Repository Universitas Brawijaya Repository Universitas Brawijaya Repository layanan data dan broadband (pita lebar) akan terus berkembang dalam beberapa Repository Universitas Brawijaya Repository Universitas Brawijaya Repository tahun ke depan. Untuk memberikan layanan yang prima kepada masyarakat di dalam menikmati gaya hidup digital (digital lifestyle), kami turut membangun Repository Universitas Brawijaya Repository Universitas Brawijaya Repository ekosistem digital di tanah air melalui berbagai upaya pengembangan DNA Repository Universitas Brawijaya Repository Universitas Brawijaya (Device, Network, dan Applications), yang diharapkan akan mempercepat Repository terbentuknya masyarakat digital Indonesia. Universitas Brawijaya Repository selular, mulai dari 3G, HSDPA, HSPA+, serta menjadi yang pertama Repository meluncurkan secara komersial layanan mobile 4G LTE di Indonesia yang akan

Repository meluncurkan secara komersial layanan mobile 4G LTE di Indonesia yang akan Repository Universitas Brawijaya Repository Uni

Repositor

Repositor

Repository

Repository

Repository Repository

Repositor

Repository

Repository

Repository

Repository Repository Repository

Repository

Repository

Repository Repository

Repositor

Repositor

Repository Repository

Repository

Repositor

Repository

Repository

Repository Repository Repository

Repository

Repositor

Repository

Repositor

Repository

Repository Repository

Repository

Repository

Repository

Repository Repository

Repository

Repositor

Repository

Repository

Repository

Repository

Repositor

Repositor

Repository Universitas Brawijaya

Repository Universitas Brawijaya Repository Universitas Brawijaya Repository Universitas Brawijaya Repository Universitas Brawijaya Repository data serta memungkinkan penerapan teknologi selular dalam skala yang lebih Repository Universitas Brawijaya Repository Universitas Brawijaya Repository besar, seperti untuk pengembangan kota pintar (smart city). Telkomsel akan selalu hadir untuk menginspirasi masyarakat dengan memanfaatkan teknologi Jniversitas Brawijaya kepository Universitas Brawijaya Repository terdepan, produk dan layanan yang kompetitif, serta solusi inovatif. Hal ini Repository Universitas Brawijaya Repository Universitas Brawijaya Repository akan mengantarkan Indonesia menuju perekonomian masyarakat berbasis broadband sesuai roadmap teknologi selular. Kecintaan kami 26 pada negeri Repository inilah yang selalu menginspirasi untuk terus berkreasi menghadirkan layanan Repository Universitas Brawijaya Repository Universitas Brawijaya Repository dan inovasi bagi negeri. Jaya Repository Universitas Brawijaya Repository Universitas Brawijaya Repository Universitas Brawijaya Reposit 4.1,2. Visi dan Misi PT. Telekomunikasi Selular Indonesia (Telkomsel) wijaya Repository Universitas Brawijaya Repository Universitas Brawijaya Repository 411124 rs/lists Brawijaya Repository Universitas Brawijaya Menjadi penyedia layanan dan solusi mobile digital lifestyle kelas dunia Repository Repository Universitas Brawijaya Repository Universitas Brawijaya Repository Lyang terpercaya rawijaya Repository Universitas Brawijaya Repository Universitas Brawijaya Repository Universitas Brawijaya Repository **U.1.2.2**rs**Misi** Brawijaya Repository Universitas Brawijaya Repository Universitas Brawijaya Memberikan layanan dan solusi *mobile digital* yang melebihi ekspektasi Repository Universitas Brawijaya Repository Universitas Brawijaya Repository pelanggan, memberikan nilai tambah kepada para stakeholders, dan Repository Universitas Brawijay Repository Universitas Brawijaya Reposit4.2, Gambaran Umum Responden Repository Universitas Brawijaya Karakteristik responden dalam penelitian ini didasarkan atas jenis kelamin, Repository Universitas Reposit kelompok usia, dan pendidikan. Karakteristik responden ini diidentifikasi Repository Universitas Brawijaya Repository Universitas Brawijaya berdasarkan angket yang terkumpul yakni sesuai dengan total sampel dalam Repositor Universitas Brawijaya penelitian ini yakni 100 responden. Hasil analisis statistik deskriptif untuk Reposit karakteristik responden disajikan sebagai berikut: y Universitas Brawijaya

| L | | | | | | 67 |
|---------------|------------------|--|-----------------|-----------|-----------------------|------------|
| Repository | Universitas | Brawijaya | Repository | Univers | sitas Br | awijaya |
| Repository | Universitas | Brawijaya | Repository | Univers | sitas Bi | awijaya |
| Repository | 4.2.1. Karakter | istik Responde | n Berdasarkan | Jenis Kel | amin B | awijaya |
| Repository | Universitas | Brawijaya | Repository | Univers | sitas Br | awijaya |
| Repository | UniverKarakte | eristik pertama | dari respond | en yang | dianalis | sis adalah |
| | | | | Univers | sitas Br | awijava |
| Repository | perbandingan j | umlah respond | len berdasarkar | ı jenis l | kelamın | responden |
| winds. St. of | | when the same of t | omsel di Kota M | | No. of March | 4.5 |
| | Universitas | | Repository | | | |
| | dilihat pada Tab | | | | | |
| | | 5 5 | Repository | | | ~ ~ |
| Repository | Universitas | Brawijaya | Repository | | | 2 2 |
| Repository | Universitas | Brawijaya | Tabel 4.1 tory | Univers | sitas Br | awijaya |
| Repository | Universitas | taristik Rosnan | den Berdasarka | Univers | itas B | awijaya |
| Repository | Universitas | Brawijaya | Repository | Univers | sitas Bi | awijaya |
| 2 0 | Noversi Jeni | s Kelamin | RepJumlahy | Univers | Perser | ntaseijaya |
| Repository | Universitas | Rightiaya | Repository | Univers | sitas 699 | awijaya |
| | Universitas | | | Univers | | awijaya |
| Repository | Ur2iversitaBe | rempuanaya | Repos3tbry | Univers | sitas 33 | ⁄awijaya |
| Repository | Universitas | Brawijaya | Repository | Univers | sitas ₁ 80 | o/wijaya |
| Repository | Universitas | Brawijaya | Repository | Univers | sitas Br | awijaya |

Repository Sumber data: Data primer diolah, 2020 pository Universitas Brawijaya Repository Universitas Brawijaya Repository Universitas Brawijaya Repository Univ Berdasarkan tabel di atas dari 100 responden dapat disimpulkan Repository Universitas Brawijaya Repository Universitas Brawijaya sebagian besar responden adalah 69% yaitu Laki-laki. Sedangkan sisanya 31% adalah Perempuan. Hasil karakteristik responden berdasarkan jenis kelamin Repository juga ditunjukkan pada grafik berikut:pository Universitas Brawijaya

Repository Universitas Brawijaya Repository Universitas Brawijaya Repository Universital Repository Universita Repository Universita

Jenis Kelamin Series1. Perempu an, 31%, 31% Series1, Repository Universita Repository Universita Laki-Laki Perempuan Repository Universital

Repository Universitas Brawijaya Gambar 4.1 Grafik Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis Kelamin Repository Universitas Brawijaya Repository Universitas Brawijaya Repository Universitas Brawijaya Repository Universitas Brawijaya Repository Universitas Brawijaya

Repository Universitas Brawijaya Repository Universitas Brawijaya Repository Universitas Brawijaya Repository Universitas Brawijaya Repository Universitas Brawijaya

Repositor Repository Repository Repository Repository Repositor Repositor Repositor Repository Repository Repository Repository Repository Repository Repository Repositor Repository Repository Repositor Repository Repository Repository Repository Repository Repositor Repositor Repository Repository Repository Repository Repository Repository Repositor Repositor Repositor Repository

Repository

Repositor

Repositor

Repositor

Repositor

Repositor Repository

Repository

Repository

Repository

Repositor

Repositor

tas Brawijaya

Repository Universitas Brawijaya

| | 68 |
|---------------------------------------|---|
| Repository | Universitas Brawijaya Repository Universitas Brawijaya |
| Repository | Universitas Brawijaya Repository Universitas Brawijaya |
| Repository | 4.2.2. Karakteristik Responden Berdasarkan Pendidikan Brawijaya |
| Repository | Universitas Brawijaya Repository Universitas Brawijaya |
| Repository | Jumlah responden karyawan bagian responden pengguna Kartu |
| Repository | Perdana Telkomsel di Kota Malang berdasarkan dengan jenjang pendidikan |
| Repository | Universitas Brawijaya Repository Universitas Brawijaya |
| | yang dimilikinya terdapat pada tabel di bawah ini: iversitas Brawijaya |
| | Universitas Brawijaya Repository Universitas Brawijaya |
| | Universitas Brawijaya Repository Universitas Brawijaya |
| | Universitas Brawijaya Repository Universitas Brawijaya |
| | Karakteristik Responden Berdasarkan Pendidikan |
| Repository | No Sitas Pendidikan Republikan Persentase |
| | |
| | Unije sma Brawijaya Repositora Universi 32% Brawijaya |
| | Universitas Brawijaya Repository Universitas Brawijaya Universitas Brawijaya Repository Universitas Brawijaya |
| Repository | |
| Repository | Uhiyersitas Brawijaya Repository Universitas Brawijaya Repository Universitas Brawijaya |
| | Uni4erLain-Lainawijaya Repositor 11 Universi 11% Bravijaya |
| | Universitas Brawijaya Repository Universitas Brawijaya |
| Repository | Universitas Blumlahaya Reposito 100 Universitas Brawijaya |
| | Sumber data: Data primer diolah (2020) SITORY UNIVERSITAS Brawijaya |
| | Universitas Brawijaya Repository Universitas Brawijaya |
| Y | Universitas Brawijava Repository Universitas Brawijava |
| Repository | Berdasarkan tabel di atas dapat diketahui bahwa karakteristik |
| Repository | responden berdasarkan pendidikan terbagi dalam 5 kategori. Responden |
| Repository | Universitas Brawijaya Repository Universitas Brawijaya |
| | pengguna Kartu Perdana Telkomsel di Kota Malang, SMA berjumlah 32 |
| Repository | responden (32%), S1 berjumlah 51 responden (51%), S2 berjumlah 6 |
| | |
| Repository | responden (6%), Lain-Lain berjumlah 11 responden (11%). Berdasarkan hasil |
| | Universitas Brawijaya Repository Universitas Brawijaya |
| Repository | |
| Repository | Kota Malang banyak didominasi oleh responden yang memiliki jenjang |
| | |
| Popository | pendidikan S1. Hasil karakteristik responden berdasarkan pendidikan juga |
| | Universitas Brawijaya Repository Universitas Brawijaya Universitas Brawijaya Repository Universitas Brawijaya |
| | Universitas Brawijaya Repository Universitas Brawijaya |
| | Universitas Brawijaya Repository Universitas Brawijaya |
| | Universitas Brawijaya Repository Universitas Brawijaya |
| | Universitas Brawijaya Repository Universitas Brawijaya |
| | Universitas Brawijaya Repository Universitas Brawijaya |
| | Universitas Brawijaya Repository Universitas Brawijaya |
| , , , , , , , , , , , , , , , , , , , | Universitas Brawijaya Repository Universitas Brawijaya |
| | |

Repository

Repository Repository Repository Repository Repository Repository Repository Repository Repository Repository Repository Repository Repository Repository Repository Repository

Repository Repository Repository Repository Repository Repository Repository Repository Repository Repository Repository Repository Repository Repository Repository Repository Repository

Repository Repository Repository Repository Repository

Repository Repository Repository Repository Repository Repository

Repository

Repository Universitas Brawijaya

Repositor

Repository Universitas Brawijaya Repository Universitas Brawijaya Repository Universitas Brawijaya Repository Universitas Brawijaya Repository Iditunjukkans BrawijaypadaRepository grafikersitas Brawerikut: Repository Universitas Brawijava Repository Universitas Brawijaya Series1, Universitas Brawijaya Repository t Pendidikan Universitas Brawijaya Repository U 11%, 11% Series1, S2, 6%, Repository (Universitas Brawijaya 6% Universitas Brawijava Repository (Series1 Repository l Universitas Brawijaya Universitas Brawijaya Repository U Repository U Universitas Brawijaya Repository L Series1, Universitas Brawijaya S1, 51%, Repository U Universitas Brawijaya Repository (Universitas Brawijaya Universitas Brawijaya Repository U ■ SMA ■ S1 ■ S2 ■ Lain-Lain repository Universitas Brawijaya Repository Umversitas brawijaya Repository Universitas Brawijaya Repository Universitas Brawijaya Repository | Gambar 4.2. Karakteristik Responden Berdasarkan Pendidikan | Java Repository Universitas Brawijaya Repository Universitas Brawijaya Repository Universitas Brawijaya Repository Universitas Brawijaya Repository 4.2.3. Karakteristik Responden Berdasarkan Pekerjaan Repository Universitas Brawijaya Repository Universitas Brawijaya Repository Universumlah responden karyawan bagian responden pengguna Kartu Repository Universitas Brawijaya Perdana Telkomsel di Kota Malang berdasarkan dengan jenjang pekerjaan Repository Uyang dimilikinya terdapat pada tabel di bawah ini: Versitas Brawijaya Repository Universitas Brawijaya Repository Universitas Brawijaya

Repository Universitas Brawijaya Taber 4.3 itory Universitas Brawijaya Repository Univer Karakteristik Responden Berdasarkan Pekerjaan Brawijaya Repository University Pekerjaan Jumlah Persentase Repository U rsitas Brawijaya ersitas Brawijaya Repository Unive Pelajar Brawijaya Repositor Universit & Brawijaya Repository U 11VE Repository Universitas Brawijaya Wiraswasta Repository U Repository Unive Repusito 28 Universi 28% Brayija ya **PNS**S Brawijaya ersitas Brawijaya sitas Brawijava Repository Univ Repository Ur Pegawai Swasta Repositor37 Universi37% Brawijaya Repository Ur ersit_{9%} Brav/ijaya Repository U repository uni Ibu Rumah Tangga Repository U Repository Universitas Brawijaya 'sitas Brawi Repositor Universit & Brawijaya Repository Unice Lain-Lainawijaya Repository Univ Repository Universitas Brawijaya Repository Universitas Brawijaya

Repository Universitas Brawijaya

Repository Universitas Brawijaya

Repository Universitas Brawijaya

Repository Universitas Brawijaya

Repository Universitas Brawijaya

Repository Universitas Brawijaya

Repository Universitas Brawijaya

Repository Universitas Brawijaya

Repository Universitas Brawijaya

Repository Universitas Brawijaya

Repository Universitas Brawijaya

Repository Universitas Brawijaya

Repositor Repository Repository Repository Repositor Repositor Repository Repository Repository Repository Repositor Repository Repository Repository Repositor Repository Repositor Repositor Repository Repository Repository Repositor Repository Repository Repositor Repository Repository Repository Repository Repository Repositor Repository Repositor Repository Repository Repository Repositor Repositor Repositor Repositor Repositor Repository Repository Repository

Repository

Repositor

Repository

| | | 70 |
|--|--|--|
| | | ory Universitas Brawijaya |
| | | ory Universitas Brawijaya |
| V 10 | | Jumlah (1) Persentase av ijaya |
| Repository | | ory Universitas Bray/ijaya |
| 100 | A S S S S S S S S S S S S S S S S S S S | o ¹⁰⁰ Universi ¹⁰⁰ %Brawijaya |
| | Sumber data: Data primer diolah, 2020 | |
| 7 | 7 7 1 | ory Universitas Brawijaya |
| Repository | Universität Berdasarkan tabel di atas dap | at diketahui bahwa karakteristik |
| | | |
| Repository | responden berdasarkan pekerjaan terba | gi dalam 6 kategori. Responden |
| | Universitas Brawijaya Reposit Upengguna Kartu Perdana Telkomsel di | ory Universitas Brawijaya Kota Malang Palaiar bariumlah 8 |
| 1 7 | 2 2 1 | · · · · · · · · · · · · · · · · · · · |
| Papasitan | responden (8%), Wiraswasta berjum | lah 18 responden (18%), PNS |
| many and a second | 2 0 1 1/2 2m 11 2m 17 | 2 2 7 7 74 500 17 |
| Repository | berjaman 20 responden (2070), Tegaw | ai Swasta berjumlah 37 responden |
| , v | / Universitas Brawijaya - Reposit / U (37%), Ibu rumah Tangga berjumlah (9 | ory Universitas Brawijaya %) dan selaniutnya fidak adanya |
| Y | | 7 |
| Repository | jumlah responden yang memiliki pek | erjaan lainnya. Berdasarkan hasil |
| Repository | 8 8 8 8 8 8 8 8 8 8 8 8 8 8 8 8 8 8 8 | 4 1 4 4 F |
| | anansis didapatkan banwa Kesponden p | engguna Kartu Perdana Telkomsel |
| | / Universitas Krawiiava - Kenosii | nrv Universitas Brawijava |
| | | ory Universitas Brawijaya responden yang memiliki pekerjaan |
| Repository | U di Kota Malang banyak didominasi oleh | esponden yang memiliki pekerjaan |
| Repository | U di Kota Malang banyak didominasi oleh | esponden yang memiliki pekerjaan |
| Repository | di Kota Malang banyak didominasi oleh menjadi Pegawai Swasta. Hasil kara | responden yang memiliki pekerjaan akteristik responden berdasarkan |
| Repository Repository Repository Repository | di Kota Malang banyak didominasi oleh menjadi Pegawai Swasta. Hasil karapekerjaan juga ditunjukkan pada grafik b | responden yang memiliki pekerjaan Akteristik responden berdasarkan Derikut: |
| Repository Repository Repository Repository Repository | di Kota Malang banyak didominasi oleh menjadi Pegawai Swasta. Hasil kara pekerjaan juga ditunjukkan pada grafik b | responden yang memiliki pekerjaan ory Universitas Brawijaya akteristik responden berdasarkan berikut: ory Universitas Brawijaya |
| Repository Repository Repository Repository Repository | di Kota Malang banyak didominasi oleh menjadi Pegawai Swasta. Hasil kara pekerjaan juga ditunjukkan pada grafik b | responden yang memiliki pekerjaan or Universitas Brawijaya akteristik responden berdasarkan berikut: berikut: Brawijaya Series1, |
| Repository Repository Repository Repository Repository Repository | di Kota Malang banyak didominasi oleh menjadi Pegawai Swasta. Hasil kara pekerjaan juga ditunjukkan pada grafik belangan seriesa, seriesa, Lain-Lain, 0%, 0% Pekerjaan Rumah | responden yang memiliki pekerjaan akteristik responden berdasarkan berikut: |
| Repository Repository Repository Repository Repository Repository Repository | di Kota Malang banyak didominasi oleh menjadi Pegawai Swasta. Hasil kara pekerjaan juga ditunjukkan pada grafik belangan juga ditunjukkan juga d | responden yang memiliki pekerjaan or Universitas Brawijaya akteristik responden berdasarkan berikut: Derikut: Series1, Pelajar, 8%, |
| Repository Repository Repository Repository Repository Repository Repository | di Kota Malang banyak didominasi oleh menjadi Pegawai Swasta. Hasil kara pekerjaan juga ditunjukkan pada grafik belangan juga ditunjukkan juga ditunjukk | responden yang memiliki pekerjaan or Universitas Brawijaya berdasarkan berikut: Derikut: Series1, Pelajar, 8%, 8% Brawijaya awijaya awijaya |
| Repository Repository Repository Repository Repository Repository Repository Repository | di Kota Malang banyak didominasi oleh menjadi Pegawai Swasta. Hasil kara pekerjaan juga ditunjukkan pada grafik beriasi pekerjaan juga ditunjukkan juga ditunjukkan pada grafik beriasi pekerjaan juga ditunjukkan | responden yang memiliki pekerjaan akteristik responden berdasarkan berikut: Oriversitas Brawijaya Pelajar, 8%, Pelajar, 8%, 8% Series1, Pelajar, 8%, 8% Series1, Wiraswasta, |
| Repository Repository Repository Repository Repository Repository Repository Repository Repository Repository | di Kota Malang banyak didominasi oleh menjadi Pegawai Swasta. Hasil kara pekerjaan juga ditunjukkan pada grafik beriasan juga ditunjukkan juga d | responden yang memiliki pekerjaan ory Universitas Brawijaya akteristik responden berdasarkan berikut: Perikut: Series1, Pelajar, 8%, 8% Series1, Series1, Pelajar, 8%, 8% Series1, Rawijaya awijaya awijaya awijaya |
| Repository Repository Repository Repository Repository Repository Repository Repository Repository Repository Repository | di Kota Malang banyak didominasi oleh menjadi Pegawai Swasta. Hasil kara pekerjaan juga ditunjukkan pada grafik beriasan juga ditunjukkan juga ditun | responden yang memiliki pekerjaan akteristik responden berdasarkan berikut: Series1, Pelajar, 8%, 8% Series1, Wiraswasta, 18%, 18% |
| Repository Repository Repository Repository Repository Repository Repository Repository Repository Repository Repository Repository Repository | di Kota Malang banyak didominasi oleh menjadi Pegawai Swasta. Hasil kara pekerjaan juga ditunjukkan pada grafik beriasi pekerjaan juga ditunjukkan juga ditunjukkan pada grafik beriasi pekerjaan juga ditunjukkan juga ditunju | responden yang memiliki pekerjaan akteristik responden berdasarkan berikut: Oerikut: Series1, Pelajar, 8%, 8% Series1, Wiraswasta, 18%, 18% |
| Repository Repository Repository Repository Repository Repository Repository Repository Repository Repository Repository Repository Repository Repository Repository Repository Repository Repository | di Kota Malang banyak didominasi oleh menjadi Pegawai Swasta. Hasil kara pekerjaan juga ditunjukkan pada grafik berangan juga ditunjukkan juga | responden yang memiliki pekerjaan akteristik responden berdasarkan berikut: Series1, Pelajar, 8%, 8% Series1, Wiraswasta, 18%, 18% ies1, PNS, |
| Repository | di Kota Malang banyak didominasi oleh menjadi Pegawai Swasta. Hasil kara pekerjaan juga ditunjukkan pada grafik beriasi pekerjaan juga ditunjukkan pada grafik beriasin, 0%, 0% Pekerjaan Rumah Tangga, 9%, 9% Series1, Pegawai Swasta, 37%, 37% Pelajar Pelajar Wiraswasta | responden yang memiliki pekerjaan akteristik responden berdasarkan berikut: Derikut: Series1, Pelajar, 8%, 8% Series1, Wiraswasta, 18%, 18% ies1, PNS, 8%, 28% PNS PNS |
| Repository | di Kota Malang banyak didominasi oleh menjadi Pegawai Swasta. Hasil kara pekerjaan juga ditunjukkan pada grafik beriasan juga ditunjukkan juga d | responden yang memiliki pekerjaan akteristik responden berdasarkan berikut: ory Universitas Brawijaya berdasarkan berikut: ory Universitas Brawijaya berikut: ory Universitas Brawijaya awijaya |
| Repository | di Kota Malang banyak didominasi oleh menjadi Pegawai Swasta. Hasil kara pekerjaan juga ditunjukkan pada grafik berangan juga ditunjukkan juga ditunjukkan pada grafik berangan juga ditunjukkan juga ditunjukkan pada grafik berangan juga ditunjukkan pada grafik berangan juga ditunjukkan j | esponden yang memiliki pekerjaan akteristik responden berdasarkan berikut: Seriest, Pelajar, 8%, 8% Seriest, Wiraswasta, 18%, 18% PNS ga Lain-Lain Lain Brawijaya awijaya |
| Repository | di Kota Malang banyak didominasi oleh menjadi Pegawai Swasta. Hasil kara pekerjaan juga ditunjukkan pada grafik bangan juga ditunjukkan juga | esponden yang memiliki pekerjaan ory Universitas Brawijaya berdasarkan berikut: niversitas Brawijaya berikut: niversitas Brawijaya |
| Repository | di Kota Malang banyak didominasi oleh imenjadi Pegawai Swasta. Hasil kara pekerjaan juga ditunjukkan pada grafik beriaan juga ditunjukkan juga ditunjukkan pada grafik beriaan juga ditunjukkan juga | esponden yang memiliki pekerjaan ory Universitas Brawijaya berdasarkan berikut: niversitas Brawijaya berikut: niversitas Brawijaya |

Repository Universitas Brawijaya
Repository Urganbar 43 Karakteristik Responden Berdasarkan Pekerijaan vijaya
Repository Universitas Brawijaya

Repository Repositor Repository Repository Repository Repository Repository Repository Repository Repository Repository Repositor Repository Repository Repository Repository Repository Repository

Repository Repository

Repository Repository Repository Repository Repository

Repository

Repository

Repository

Repository

Repository

Repository

Repository Repository

Repository Repository Repository Repository Repositor Repository Repository Repository Repository Repository Repository Repository Repository Repositor Repository Repository

Repository Repository Repository Repository Repository Repository Repository Repositor Repository Repository Repository Repository Repository Repository Repositor Repository Repository

Repository Repository Repository Repository Repository

Repository

Repository

Repository

Repository Repository

Repositor

Repository Universitas Brawijaya

| i topositoi y | Oniversitas Brawijaya Tepository Oniversitas Brawijaya |
|---|--|
| Repository | Universitas Brawijaya Repository Universitas Brawijaya |
| Reposit4.2,4 | 4. Karakteristik Responden Berdasarkan Pengeluaran Perbulan Wijaya |
| Repository | Universitas Brawijaya Repository Universitas Brawijaya |
| Repository | Jumlah responden pengguna Kartu Perdana Telkomsel di Kota |
| Repository | Malang berdasarkan dengan penghasilan yang diperalahnya dalam sebulan |
| Repository | Malang berdasarkan dengan penghasilan yang diperolehnya dalam sebulan |
| Repository | terdapat pada tabel di bawah ini. Repository Universitas Brawijaya |
| Repository | Universitas Brawijaya Repository Universitas Brawijaya |
| Repository | Universitas Brawijaya Repository Universitas Brawijaya |
| Repository | |
| Repository | Universitas Brawijava Repository Universitas Brawijava |
| Repository | Universitas Brawijaya Repository Universitas Brawijaya |
| Repository | Universitits Brawijaya Repositor <u>13</u> Universit <u>13%</u> Brawijaya |
| Repository | Universitas Brawijaya Repository Universitas Brawijaya |
| Repository | Uni ² er ¹ it ³ j ^t Brawijaya Repositor ⁶ Universi ⁶ 4% Brawijaya |
| Repository | Unigersitas Brawijaya Repusiton Universita Brawijaya |
| Repository | Universitas Brawijaya Repository Universitas Brawijaya |
| Repository | Uni4er≽i5jts Brawijaya Repositor∳ Universit6% Brawijaya |
| Repository | Jumlah 100 100% |
| Repository | Universitas Brawijaya Repository Universitas Brawijaya |
| Repository | Sumber data: Data primer diolah, 2020 SITOTY UNIVERSITAS Brawijaya |
| Repository | Universitas Brawijaya Repository Universitas Brawijaya |
| Repository | Berdasarkan tabel di atas dapat diketahui bahwa karakteristik |
| Repository | Universitas Brawijaya Repository Universitas Brawijaya |
| Repository | responden berdasarkan penghasilan terbagi dalam 4 kategori. Responden |
| Repository | Universitas Brawijaya Repository Universitas Brawijaya |
| Repository | and the state of t |
| Repository | perbulan kisaran <1 jt sebanyak 13 orang dengan presentase 13%. Pada |
| Lamba Control of the | |
| | pegeluaran perbulan kisaran 1-3 jt diketahui sebanyak 64 orang dengan |
| | Universitas Brawijaya Repository Universitas Brawijaya presentase sebesar 64%, sedang pada pegeluaran perbulan kisaran 3 – 5 jt |
| Repository | The state of the s |
| Repository | diketahui sebanyak 17 orang dengan presentase sebesar 17%, sedangkan pada |
| Repository | Universitas Brawijaya Repository Universitas Brawijaya |
| | penghasilan kisaran > 5 jt didapatkan sebanyak 6 orang dengan presentase |
| , , | Universitas Brawijaya Repository Universitas Brawijaya 6%., Maka dapat disimpulkan bahwa pengeluaran perbulan responden |
| Repository | and the second s |
| Repository | pengguna Kartu Perdana Telkomsel di Kota Malang sebagian besar berada di |
| Repository | Universitas Diawijaya Repusitory Universitas Diawijaya |
| | kisaran $1-3$ jt. Hasil karakteristik responden berdasarkan pendidikan juga |
| | Universitas Brawijaya Repository Universitas Brawijaya |
| Repository | ditunjukkan pada grafik berikut:Repository Universitas Brawijaya |

Repository Universitas Brawijaya Repository Universitas Brawijaya

Repository Universitas Brawijaya Repository Universitas Brawijaya Repository Universit

Repository Universi Repository Universi Repository Universi Repository Universi Repository Universi Repository Universi Repository University Repository University Repository Universi

Repository University Repository Universitas Brawijaya Gambar 4.4 Karakteristik Responden Berdasarkan Penghasilan Repository Universitas Brawijaya Repository Universitas Brawijaya

Repository Universitas Brawijaya Repository Universitas Brawijaya Repository Universitas Brawijaya Repository Universitas Brawijaya Repository Universitas Brawijaya Repository Universitas Brawijaya Repository Universitas Brawijaya Repository Universitas Brawijaya Repository Universitas Brawijaya

Repository Universitas Brawijaya

Repository Universitas Brawijaya

Repository Universitas Brawijaya

Repository Universitas Brawijaya Repository Universitas Brawijaya Repository Universitas Brawijaya Repository Universitas Brawijaya Repository Universitas Brawijaya Repository Universitas Brawijaya Repository Universitas Brawijaya Repository Universitas Brawijaya Repository Universitas Brawijaya Repository Universitas Brawijaya

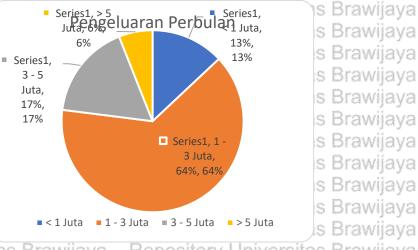
Repository Universitas Brawijaya

Repository Universitas Brawijaya

Repository Universitas Brawijaya

Repository Universitas Brawijaya

Repository Universitas Brawijaya Repository Universitas Brawijaya



Repository Universitas Brawijaya

Repository Universitas Brawijaya Repository Universitas Brawijaya

Repository Universitas Brawijaya

Repository Universitas Brawijaya

Repository Universitas Brawijaya

Repository Repository Repository Repository Repository Repositor Repositor Repositor Repository Repository Repository Repository Repository Repository Repository Repositor Repository Repositor Repositor Repository Repository Repository Repositor Repository Repository Repositor Repository Repository Repository

Repository Repository Repository Repositor Repositor Repositor Repository Repository Repository Repository Repositor Repositor Repositor

Repository

Repository

Repository

Repository

Repositor

Repositor

Repository

Repository

Repositor Repositor

Repositor

Repositor

Repositor

Repository

Repository

Repository

Repository

Repository Universitas Brawijaya Repository Universitas Brawijaya Repositor Repository Universitas Brawijaya Repository Universitas Brawijaya Repositor Reposit**4.3, Analisis Data** Brawijaya Repository Universitas Brawijaya Repository Repository Universitas Brawijaya Repository Universitas Brawijaya Repository Repository 4.3.1 Analisis Deskriptif Variabel epository Universitas Brawijaya Repository Repository Universitas Brawijaya Repository Universitas Brawijaya Repositor Repository Universitas Brawijaya Repositor Repository Universitas Brawijaya Repository Universitas Brawijaya Repositor Repository Universit Berikut ini adalah gambaran jawaban responden berdasarkan Repository Repository Universitas Brawijaya Repository Universitas Brawiiava Repository jawaban responden pada kuesioner terkait dengan variabel Customer Repository Repository Universitas Brawijaya Repository University Satisfaction: rawijaya Repositor Repository Universitas Brawijaya Repository Universitas Brawijaya Repository Repository Universitas Brawijaya Repository Universitas Brawijaya Repository Repository Universitas Brawijaya Repository Universitas Brawijaya Repository Repository Undistribusi Frekuensi Jawaban Variabel Customer Satisfaction Wilaya Repositor Ropositorys Universisas Repository Repository Universits Brawtsiya Rata-Repository Univ Repositor F % F % F % Rata Repository Univ Repositor RepositorX1Univ 0% 7% 8% 65% 20 20% aw3,98 Repository -0 Reposito Repository X1.2 0 0% 1 1% 15 15% 48 48% 36 36% 4,32 Repository RepositorX1l3niv 0 0% 1% 15 15% 49 49% 35 4,28 1 35% Repositor Repository Repository Repository Universitas Repository Repository Universitas Brawijaya Repositor Repository Universitas Brawijaya Repository Universitas Brawijaya Repository Repository Univeketerangan: awijaya Repository Universitas Brawijaya Repository Repository Universitas Brawijaya Repository Universitas Brawijaya Repository Repository X1.1 Kartu Telkomsel telah sesuai dengan harapan yang saya inginkan. Repositor Repository Universitas Brawijaya Repository Repository Universitas Brawijaya Repository UX1.2 Kartu seluler saya saat ini lebih memenuhi keinginan dibandingkan kartu seluler tor Repository Universitas biawijaya Repository Universitas Brawijaya Repositor

Repository UX1.3 is Secara keseluruhan saya puas dengan layanan yang diberikan Telkomsel on Repository Universisebagai kartu seluler sayapository Universitas Brawijaya Repository Universitas Brawijaya Customer Satisfaction terdiri dari 3 item. Item yang mendapat nilai rata-

Repository Universitas Brawijaya Repository Universitas Brawijaya Repository Univata tertinggi adalah item ke 2 yang menyatakan tentang "Kartu seluler

Repository Universitas Brawijaya Repository Universitas Brawijaya

Repository Universitas Brawijaya Repository Universitas Brawijaya

Repository Universitas Brawijaya Repository Universitas Brawijaya Repository Universitas Brawijaya Repository Universitas Brawijaya Repository Universitas Brawijaya Repository Universitas Brawijaya

Repositor Repository Universitas Brawijaya Repositor Repository Universitas Brawijaya

Repository

Repository

Repository

REPOSITORY.UB.AC.ID Repository Sumber data: Data primer diolah, 2020 POSITORY UNIVERSITAS Brawijaya Repository Universitas Brawijaya

Repository Universitas Brawijaya Repository Universitas Brawijaya Repository Universitas Brawijaya Repository Universitas Brawijaya Repository Universitas Brawijaya Repository Universitas Brawijaya Repository Universitas Brawijaya Repository Universitas Brawijaya Repository Universitas Brawijaya

Repository Universitas Brawijaya

Repository Universitas Brawijaya

Repository Repository Repositor Repositor Repository Repository Repository Repository Repository Repository Repository Repository Repositor Repository

Repositor Repositor Repository Repository

Repository Repositor Repository

Repository Repositor Repository Repository

Repository Repository Repository

Repository Repository

Repositor Repository Repository

Repository

Repositor Repositor

Repository

Repositor

Repositor Repository

Repository Repository

Repository Repositor

Repositor

Repository Universitas Brawijaya Repository Universitas Brawijaya Repository Universitas Brawijaya Repository Universitas Brawijaya Repository Uni saya saat ini lebih memenuhi keinginan dibandingkan kartu seluler yang Repository Universitas Brawijaya Repository Universitas Repository terendah adalah item ke 1 yang menyatakan tentang "Kartu Telkomsel Repository Unitelah sesuai dengan harapan yang saya inginkan." dengan nilai 3,98.

Repository Universitas Brawijaya Repository Universitas Brawijaya Selanjutnya secara keseluruhan rata-rata yang diperoleh dari 3 item

Repository Universitas Brawijaya variabel *Customer Satisfaction* adalah 4.21. Repository Universitas Brawijaya Repository Universitas Brawijaya

Repository Universitas Brawijaya Repository Universitas Brawijaya Repository Universitas Brawijaya Repository Universitas Brawijaya

Repository Universitas Brawijaya Repository Universitas Brawijaya Repository Universita Berikut ini adalah gambaran jawaban responden berdasarkan

jawaban responden pada kuesioner terkait dengan variabel *Switching* Repository Unive*csit*as Brawijaya Repository Universitas Brawijaya

Repository Universitas Brawijaya Repository Universitas Brawijaya Repository Universitas Brawijaya Repository Universitas Brawijaya

Repository Universitas Brawijaya Repository Universitas Brawijaya

Distribusi Frekuensi Jawahan Variahel Switching Cost

| Repository | Univer | strii | ousi F | reki | ıensı . | Jawan | oan ya | riabe | el Switch | ning (| ost | iwijaya |
|------------|---------------------|--------|--------|------|------------|-------|--------|-------|--------------|--------------------|-------|---------|
| Repository | Univers | ita | TST | iwij | fs/a | Re | posit | ory | Unive | rsita | s Bra | wijaya |
| Repository | Univers | itas | s Bra | iwij | aya | Re | posit | ory | Unive | rsita | s Bra | ∨Rata-a |
| Repository | Univers | iEas | % | ı₩ij | % a | FRe | %site | ρFy | //nive | rBita | % | Rata a |
| Repository | X2.1 | it_2 | 2% | 4 | 4% | Pye | 7% | 67 | 67% | 20 | 20% | 4,00 |
| Repository | Univers | itas | s Bra | iwij | aya | Re | posite | ory | Unive | rsita | s Bra | wijaya |
| Repository | X2.2 _{ers} | 10 | 0% | 8 | 8% | 12 | 12% | 48 | 48% | 32 | 32% | 4,02 |
| Repository | 11 | 4 | 4% | 2 | 2% | 6 | 6% | 56 | 56% | 32 | 32% | 4,10 |
| Repository | | iitas | s Bra | ıwij | aya | Re | posite | ory | Unive | rsita | s Bra | wijaya |
| Repository | X2.4 _{ers} | it9s | 0% | 1//6 | 6% | Re | 11% | 62 | 62% | rs ²¹ a | 21% | 3,96 |
| Repository | X2.5 | ito: | 0% | 1/6 | 6% | 21 | 21% | 57 | 57% | 16 | 16% | 3,80 |
| Repository | Univers | iitas | s Bra | iwij | aya | Re | posit | ory. | Unive | rsita | s Bra | wijaya |
| Repository | Univers | itas | s Bra | wij | aya | Re | positi | ory | Unive | rsita | s Bra | 3,98 |

Repository Universitas Brawijaya Repository Universitas Brawijaya Repository Universitas Brawijaya Repository Universitas Brawijaya Repository Unive Keterangan: wijaya Repository Universitas Brawijaya Repository Universitas Brawijaya Repository Universitas Brawijaya Repository Univerx2.1 Akan sulit bagi saya untuk melengkapi prosedur-prosedur Repository Universitasketika berpindah ke operator baru. Universitas Brawijaya X2.2 Ada kemungkinan layanan dari operator lain tidak bekerja sesuai yang diharapkan. Repository Universitas Brawijaya Repository Universitas Brawijaya Repository UniverX2.3 Untuk beralih ke operator seluler baru, saya perlu va Repository Universitas membandingkan layanan dengan operator yang lama. Wijaya Repository Univerx2.4 Perlu waktu tambahan bagi saya untuk mempelajari ya Repository Universitaslayanan dari operator baru tory Universitas Brawijaya X2.5 Berpindah ke operator lain akan menambah biaya yang Repository Universitas Rajawijaya kepository Universitas Brawijaya Repository Universit Berdasarkan tabel di atas dapat diketahui bahwa variabel Repository Universitas Brawijaya Repository Universitas Brawijaya Repository Uni Switching Cost terdiri dari 5 item. Item yang mendapat nilai rata-rata Repository Universitas Brawijaya Repository Universitas Brawijaya tertinggi adalah item ke 3 yang menyatakan tentang "Untuk beralih ke operator seluler baru, saya perlu membandingkan layanan dengan Repository Universitas Brawijaya Repository Universitas Brawijaya Repository Uni operator yang lama" dengan nilai 4,10. Sementara item yang mendapat Repository Universitas Brawijaya Repository Universitas Brawijaya nilai rata-rata terendah adalah item ke 5 yang menyatakan tentang Repository Uni "Berpindah ke operator lain akan menambah biaya yang mahal" dengan Repository Universitas Brawijaya Repository Universitas Brawijaya Repository Uninilai 3,80. Selanjutnya secara keseluruhan rata-rata yang diperoleh dari 5 Repository Universitas Brawijaya Repository Universitas Brawijaya Repository Univitem variabel Switching Cost adalah 3.98. Universitas Brawijaya Repository Universita Berikut ini adalah gambaran jawaban responden berdasarkan Repository Universitas Brawijaya Repository Universitas Brawijaya Repository Univ jawaban responden pada kuesioner terkait dengan variabel Trust In Repository Universitas Brawijaya Repository Universitas Brawijaya

Repositor Repositor Repository Repository Repository Repositor Repositor Repository Repository Repository Repository Repositor Repository Repository Repository Repositor Repository Repositor Repositor Repository Repository Repository Repositor Repository Repository Repositor Repository Repository Repository Repository Repository Repository Repositor Repositor Repositor Repository Repository Repositor Repository Repositor Repository Repositor Repository Repository

Repository

Repository

Repositor

| Repository Universitas Brawijaya Repository Universitas Brawijaya |
|--|
| Repository Universitas Brawijaya Repository Universitas Brawijaya |
| Repository Universitas Brawijaya Tabep45itory Universitas Brawijaya |
| |
| Repository University Distribusi Frekuensi Jawaban Variabel <i>Trust In Brand</i> Repository University State of the Control of the |
| Repository Universitas Bravijaya Repository Universitas Brawijay |
| Panasitan, Universitae Pravileya - Depository Universitae Pravileya |
| F % F % F % F % Rata-Rata |
| Reposit X3.1 ni 4 sit 1% 0 wij0% 9 Re9% 76 76% 14 14% Brav3,98/ |
| Reposi X3.2 0 0% 2 2% 17 17% 50 50% 31 31% 4,10 |
| Reposit Dr. Universitas Brawiay Reposit Dr. Universitas Brawiay X3.3 4 4% 2 2% 6 6% 55 55% 33 33% B 4.10 |
| topository officialities pravilage Teopository of involution Drawijaya |
| Repository Universitas Brawijaya Repository Universitas Braw _{4,06} |
| Reposit <u>ory Universitas Iralwijaya - Repository Universitas Brawijay</u> Repository Universitas Brawijay |
| |
| Repository Universitas Brawijaya Repository Universitas Brawijaya |
| Repository Universitée Brawijaya Repository Universitas Brawijaya |
| Repository Universitas Brawijaya - Repository Universitas Brawijaya |
| Repository Universx3.1 Saya/yakin kartu Telkomsel memiliki reputasinya yangay Repository Universitas Bagusijaya - Repository Universitas Brawijaya |
| |
| X3.2 Saya percaya PT. Telkomsel merupakan perusahaan yang baik dan memiliki produk yang bermutu |
| Repository Universitas yang baik dan memiliki produk yang bermutu. Brawijaya Repository Universitas Brawijaya Repository Universitas Brawijaya |
| X3.3 Saya mempercayai kartu Telkomsel atas dasar |
| keseluruhan manfaat yang saya dapatkan, dapat |
| Repository Universitas Brawijaya Repository Universitas Brawijaya |
| Repository Universitas Brawijaya Repository Universitas Brawijaya |
| Repository Universit Berdasarkan tabel di atas maka diketahui bahwa dari 3 indikato |
| Repository Universitas Brawijaya Repository Universitas Brawijaya |
| Repository Univang terdapat pada variabel Trust In Brand, item ke 2 dan 3 "Say |
| Renository Universitas Brawijava - Renository Universitas Brawijav |
| percaya PT. Telkomsel merupakan perusahaan yang baik dan memilil |
| produk yang bermutu" dan "Saya mempercayai kartu Telkomsel ata |
| produk yang bermutu dan baya mempercayai kartu reikomser ata |
| Repository Universitas Brawijaya - Repository Universitas Brawijaya |
| |
| Repository Uni dasart keseluruhan manfaat yang saya dapatkan, idapat memenul Repository Universitas Brawijaya - Repository Universitas Brawijaya |
| Repository Uni dasar keseluruhan manfaat yang saya dapatkan, dapat memenul |
| Repository Uni dasar keseluruhan manfaat yang saya dapatkan, dapat memenul Repository Universitas Brawijaya kebutuhan saya" memiliki nilai rata-rata paling tinggi yakni 4,10 |
| Repository Uni dasart keseluruhan manfaat yang saya dapatkan, idapat memenul Repository Universitas Brawijaya - Repository Universitas Brawijaya |
| kebutuhan saya" memiliki nilai rata-rata paling tinggi yakni 4,10 Sedangkan indikator yang mendapat nilai rata-rata terendah dalai |
| dasar keseluruhan manfaat yang saya dapatkan, dapat memenul kebutuhan saya" memiliki nilai rata-rata paling tinggi yakni 4,10 Sedangkan indikator yang mendapat nilai rata-rata terendah dalah variabel <i>Trust In Brand</i> adalah item ke 1 tentang "Saya yakin kart |
| dasar keseluruhan manfaat yang saya dapatkan, dapat memenul kebutuhan saya" memiliki nilai rata-rata paling tinggi yakni 4,10 Sedangkan indikator yang mendapat nilai rata-rata terendah dalah variabel <i>Trust In Brand</i> adalah item ke 1 tentang "Saya yakin kart |
| dasar keseluruhan manfaat yang saya dapatkan, dapat memenul kebutuhan saya" memiliki nilai rata-rata paling tinggi yakni 4,10 Sedangkan indikator yang mendapat nilai rata-rata terendah dalah variabel <i>Trust In Brand</i> adalah item ke 1 tentang "Saya yakin kart |
| dasar keseluruhan manfaat yang saya dapatkan, dapat memenul kebutuhan saya" memiliki nilai rata-rata paling tinggi yakni 4,10 Sedangkan indikator yang mendapat nilai rata-rata terendah dalah variabel <i>Trust In Brand</i> adalah item ke 1 tentang "Saya yakin kart Telkomsel memiliki reputasi yang bagus" dengan nilai rata-rata 3,90 |
| dasar keseluruhan manfaat yang saya dapatkan, dapat memenul kebutuhan saya" memiliki nilai rata-rata paling tinggi yakni 4,10 Sedangkan indikator yang mendapat nilai rata-rata terendah dalah variabel <i>Trust In Brand</i> adalah item ke 1 tentang "Saya yakin karta Telkomsel memiliki reputasi yang bagus" dengan nilai rata-rata 3,90 Telkomsel memiliki reputasi yang bagus" dengan nilai rata-rata 3,90 |
| Repository Universitas Brawiaya Repository Universitas Brawijaya Repository Universitas Brawijaya Repository Universitas Brawijaya |
| dasar keseluruhan manfaat yang saya dapatkan, dapat memenul kebutuhan saya" memiliki nilai rata-rata paling tinggi yakni 4,10 Sedangkan indikator yang mendapat nilai rata-rata terendah dalah variabel <i>Trust In Brand</i> adalah item ke 1 tentang "Saya yakin karta Telkomsel memiliki reputasi yang bagus" dengan nilai rata-rata 3,90 Telkomsel memiliki reputasi yang bagus" dengan nilai rata-rata 3,90 |

Repository Repository

Repository Repository Repository Repository Repository Repository

Repository Universitas Brawijaya

| | | | | | | | | | | 77 |
|----------------------------|--------------------|------------------|--|------------------|--|---------|---------------|--------------------|---------------------|----------------------|
| Repository | Univers | itas | Brawii | ava | Ren | osito | rv Ur | iver | sitas Bi | 77 rawijaya |
| Repository | | | | | | | 9 | | | rawijaya |
| Repository | | | | _ | | | | | | |
| Repository | Univers | itas | Brawii | ava | Rep | osito | ry Ur | iver | sitas B | rawijaya |
| Repository | University | unjukl | kan rata- | rata ang | gka 4,0 | 6sito | ry Ur | ivers | sitas Bi | rawijaya |
| Repository | | | | | | | | | | rawijaya |
| Repository | Univ 4:3: 4 | .4 Va | riabel <i>C</i> | ustome | - 1 | - | 100 | | | |
| Repository | Univers | itas | Brawij | aya | Rep | osito | ry Ur | iiver | sitas B | erdasarkan |
| Repository | | | | | p | | | | V 1 0 00 10 10 1 | . corrigory con |
| Repository Repository | jawa | ban r | esponde | n pada | kuesic | ner te | rkait d | engan | variabel | Customer |
| | | | | | | | | | | |
| Repository | | | | | | | | | | rawijaya |
| Repository | | | | <i>U</i> | | | - | | | rawijaya |
| Repository Repository | | | | 7 | Tal | oel 4.8 | | | | rawijaya rawijaya |
| Repository | | | | | | | - | | | |
| Renasitary | A feetimen | nterer iitas | D | | Dain | | | | aldere Di | nawijaya nawijaya |
| Repository | STS | itas | TS ^{awij} Brawii | aya N ava | Ren | osito | rv Ur | iver | SS ^{as} Di | Rata-/a |
| Repository | FUn%ers | itEs | % | ava | %eo | Sito | % | iVer: | %sB | Rata |
| Repository | 0 0% | 24 | 8% | ay ₁₄ | 14% | 570 | 57% | iv ₂₁ : | 21% | 3.90 |
| Repository | Univers | itas | Brawii | ava | Rep | osito | 7/70 ry Ur | ivers | sitas B | rawijaya |
| Rep <mark>Ysl</mark> :2ory | 0 0% | ita§ | 8% | aya4 | 4% | 0530 | 53% | 1/35 | 35% | 4,18 |
| Repgilary | 0 0% | ita ₄ | 4% | ay 1 2 | 12% | 430 | 43% | 1V41 | 41% | 4,22 |
| Repository | Univers | itas | Brawij | aya | Rep | osito | ry Ur | iver | sitas Bi | rawijaya |
| Repository | Univers | itas | Brawij | aya | Rep | osito | ry Ur | ivers | sitas B | 4,10a |
| | Univesiii | | | | | | | | | |
| Repository | | | | | | | _ | | | rawijaya |
| Repository | Ket | eranga | Brawij | aya | | | 4 | | | rawijaya |
| Repository | | | | | | | | | | rawijaya |
| Repository Repository | Univers | Y1.1 | Saya be | ersedia | berlang | ganan | dalam | jangk | a panjang | g dengan |
| Repository | Univers | itas | kartu T | elkoms | el.``` Ren | osito | rv Ur | iiver | sitas Bi | rawijaya |
| Repository | Univers | Y1.2 | Saya b | ersedia | melakı | ıkan p | embelia | an ula | ng untuk | produk- |
| Repository | | | produk | Telkon | nsel, m | eskipu | ın pesai | ng me | enawarka | n promo |
| Repository | | | yang le | bih mei | narik. | osito | ry Ur | ivers | sitas B | rawijaya |
| Repository | Univers | Y13 | Service of the servic | | | | | | | produk |
| Repository | | | 317 | | | | | | | an serta |
| Repository | Univers | itas | Attinu at a | | contract to the contract of th | _ | | | A 7 | elwijaya |
| Repository | | | | | | | | | | rawijaya |
| Repository | | | | | | | | | | rawijaya |
| Repository | Univers | Be | rdasarka | n tabel | | | | | | 3 indikator |
| Repository | | | | | | | * | | | rawijaya |
| Repository | | | | - | | | | | | |
| Repository | | | | | | | | | | rawijaya |
| Repository | | | | 1.00 | | | 100 | | | rawijaya |
| Repository | OHIVEIS | HEELE | Diawij | aya | Lah | USILU | Ty UI | HVUE | olido Di | rawijaya |

Repository Repositor Repository Repository Repository Repository Repository Repository Repositor Repositor Repository Repository

Repository

Repository Repository

Repository

Repositor

Repository Universitas Brawijaya

Repository Universitas Brawijaya Repository Universitas Brawijaya Repository Universitas Brawijaya Repository Universitas Brawijaya Repository Unimerekomendasikan dan menyarankan produk Telkomsel kepada orang Repository Universitas Brawijaya Repository Universitas Brawijaya Repository In lain agar menggunakan serta melakukan pembelian ulang produk dari Telkomsel" memiliki nilai rata-rata paling tinggi yakni 4,22. Sedangkan Repository Unlindikator yang mendapat nilai rata-rata terendah dalam variabel Loyality Repository Universitas Brawijaya Repository Universitas Brawijaya adalah item ke 1 dengan pernyataan "Saya bersedia berlangganan dalam Repository University jangka panjang dengan kartu Telkomsel" dengan nilai rata-rata 3,90. Repository Uni Sementara secara keseluruhan indikator yariabel Loyality menunjukkan Repository Universitas Brawijaya Repository Universitas Brawijaya Repository Univrata-rata angka 4,10 ya Repository Universitas Brawijaya Repository Universit Sebuah instrumen dikatakan valid apabila mampu mengukur apa Repository Universitas Brawijaya Repository Universitas Brawijaya Repository Univang diinginkan. Sebuah instrumen dikatakan valid apabila dapat mengungkap data dari variabel yang diteliti secara tepat. Data yang baik Repository Uni adalah data yang bersifat valid atau terverifikasi dengan baik. Repository Universitas Brawijaya Repository Universitas Brawijaya Repository University Perhitungan ini akan dilakukan dengan menggunakan software SPSS Repository Universe untuk menemukan nomor-nomor item yang valid dan yang gugur, Repository Uniperhitungan ini juga perlu dikonsultasikan dengan tabel r product Repository Universitas Brawijaya Repository Universitas Brawijaya Repository Uni moment dengan kriteria penilaian uji validitas: iversitas Brawijaya Repository Universitas Brawijaya Repository Universitas Brawijaya Repository Univa. Apabila r hitung $\geq r$ tabel (pada taraf α 5%) maka dapat dikatakan Repository Universitas Brawijaya Repository Universitas Brawijaya Repository Universitem kuisioner tersebut validository Universitas Brawijaya b. Apabila r hitung < r tabel (pada taraf α 5%) maka dapat dikatakan Repository Universitem kuisioner tersebut tidak valid ry Universitas Brawijaya Repository Universitas Brawijaya

Repositor Repository Repository Repository Repository Repositor Repositor Repository Repository Repository Repository Repositor Repository Repository Repository Repositor Repository Repositor Repositor Repository Repository Repository Repositor Repository Repository Repositor Repository Repository Repository Repositor Repository Repositor Repository Repositor Repository Repository Repository Repositor Repositor Repositor Repositor Repositor Repository Repository Repository

Repository

Repositor

Repositor

Repository Universitas Brawijaya

Repository Universitas Brawijaya

| ı | | | | | | 79 |
|-------------|------------------|--------------------------|-----------------------|---------------------|------------------|---------|
| Repository | Univers | sitas Brawija | aya Repo | sitory Unive | ersitas Braw | /ijaya |
| Repository | Univers | sitas Brawija | aya Repo | sitory Unive | ersitas Braw | /ijaya |
| Repository | Univers | Tabel diba | wah ini meruj | oakan hasil pe | ngujian validita | as data |
| Repository | Univers | sitas Brawija | aya Repo | sitory Unive | ersitas Braw | /ijaya |
| Repository | University | ng diuji berda | sarkan instrun | nen penelitian | dari masing- | masing |
| Repository | Univers | sitas Brawija riabel: | aya Repo | sitory Unive | ersitas Braw | /ijaya |
| Repository | Univers | sitas Brawija | aya Repo | sitory Unive | ersitas Braw | /ijaya |
| 1 / | | sitas Brawija | · 200 1 1 4 4 | sitory Unive | | /ijaya |
| Repository | Univers | Hasil Validitas | Tabel 4.9 | sitory Unive | ersitas Braw | /ijaya |
| Repository | Univers | nasii validitas | variabei Cusi | omer Sausjacu | rshas Braw | /ijaya |
| Repository | U | | Item-Total Sta | atistics | | rijaya |
| Repository | U | | | | | ijaya |
| Repository | U | Scale Mean | Scale | Corrected | Cronbach's | ijaya |
| Repository | U | if Item | Variance if | Item-Total | Alpha if Item | ijaya |
| Repository | | Deleted | Item Deleted | Correlation | Deleted | ijaya |
| Repository | | 8.67 | 1.678 | 0.552 | 0.795 | ijaya |
| Repository | U | | 110,0 | | 01170 | ijaya |
| Repository | | 8.27 | 1.582 | 0.668 | 0.669 | ijaya |
| Repository | V1 2 | 8.27 | 1.582 | 0.668 | 0.669 | ijaya |
| Repository | U | | | | | ijaya |
| | | data: Data prime | | | | |
| , , | | sitas Brawija | y , | sitory Unive | | |
| Repository | Univers | Berdasarka | ın output hasil u | iji validitas insti | rument penelitia | ın pada |
| | | sitas Brawija | | sitory Unive | | |
| | | riabel Custome | | | | |
| Repository | Univers | sitas Brawija | aya Repo | sitory Unive | ersitas Braw | ijaya |
| Repository | Univers | rnyataan dalam | | | | |
| Repository | Univers | m-Total Corre | lation (r-hitun | g) lebih besar | dari r-tabel | (0.296) |
| Repository | Univers | sitas Brawija | aya Kepo | sitory Unive | rsitas Braw | njaya |
| | | ningga seluruh i | | | | |
| | | sitas Brawija | | sitory Unive | | |
| | | sitas Brawija | | sitory Unive | | A A |
| 1 | | sitas Brawija | ~ 1 | sitory Unive | | |
| | | sitas Brawija | | sitory Unive | | × × |
| . , | | sitas Brawija | | sitory Unive | | |
| , , | | sitas Brawija | ~ / | sitory Unive | | 2 07 |
| | | sitas Brawija | | sitory Unive | | |
| | | sitas Brawija | W | sitory Unive | | |
| | | sitas Brawija | 5° 2 | sitory Unive | | 2 2 |
| , , , , , , | | sitas Brawija | Pr. | sitory Unive | | |
| . , | | sitas Brawija | ~ | sitory Unive | | N P |
| Repository | Univers | sitas Brawija | aya Repo | sitory Unive | rsitas Braw | /ijaya |
| Repository | Univers | sitas Brawija | aya Repo | sitory Unive | ersitas Braw | /ijaya |
| Repository | Univers | sitas Brawija | aya Repo | sitory Unive | ersitas Braw | ijaya |
| Repository | Univers | sitas Brawija | aya Repo | sitory Unive | ersitas Braw | ijaya |
| Dananitami | I I had a common | dean Dearmi | nun Daine | alkamı Hutiri | walten Deni | 11.000 |

Repository Repositor Repository Repository Repository Repository Repository Repository Repositor Repositor Repository Repository Repository Repository

Repository

Repository

Repositor

Repository Universitas Brawijaya

Repository Universitas Brawijaya

Repository Universitas Brawijaya Repository Universitas Brawijaya Repository Universitas Brawijaya Repository Universitas Brawijaya Repository Universitas Brawijaya Tabela10itory Universitas Brawijaya Repository Universit Hasil Validitas Variabel Switching Cost (X2) as Brawijava Panaitan Universitas Provijaya Repository University Provides **Item-Total Statistics** Repository U ijaya

| Repository (Repository (Repository (| | Scale Mean if Item Deleted | Scale Variance if Item Deleted | Corrected Item-Total Correlation | Cronbach's Alpha if Item Deleted | ijaya ijaya ijaya ijaya |
|--|--------|-------------------------------|--------------------------------------|----------------------------------|--|----------------------------------|
| Repository (| X2.1 | 15.67 | 7.333 | 0.733 | 0.835 | ijaya |
| Repository (| X2.2 | 15.77 | 7.151 | 0.592 | 0.869 | ijaya ijaya |
| Repository l | X2.3 | 15.73 | 6.478 | 0.750 | 0.828 | AL AL |
| Repository (Repository (| X2.4 | 15.87 | 6.809 | 0.767 | 0.823 | ijaya ijaya |
| Repository I | X2.5 | 16.03 | 7.482 | 0.652 | 0.852 | ijaya |
| Repository I | Sumber | data: Data prim | er diolah, 2020 | sitory Unive | ersitas Braw | lijaya /iiava |

Repository Universitas Brawijaya Repository Universitas Brawijaya Repository Universita Berdasarkan output hasil uji validitas instrument penelitian pada Repository University Variabel Switching Cost diperoleh hasil bahwa sebanyak 5 pernyataan Repository Univ dalam kuisioner adalah valid karena seluruh nilai Corrected Item-Total Repository Universitas Brawijaya Repository Universitas Brawijaya

Repository Univ Correlation (r-hitung) lebih besar dari r-tabel (0.296) sehingga seluruh

Repository Universitas Brawijaya Repository Universitas Brawijaya Repository Universitas Brawijaya Repository Universitas Brawijaya

Repository Universitas Brawijaya Repository Universitas Brawijaya Repository Universitas Brawijaya

Repository Universitas Brawijaya Repository Universitas Brawijaya Repository Universitas Brawijaya

Repository Universitas Brawijaya Repository Universitas Brawijaya Repository Universitas Brawijaya

Repository Universitas Brawijaya Repository Universitas Brawijaya Repository Universitas Brawijaya

Repository Universitas Brawijaya Repository Universitas Brawijaya

Repository Universitas Brawijaya Repository Universitas Brawijaya

Repository Universitas Brawijaya Repository Universitas Brawijaya

Repository Universitas Brawijaya Repository Universitas Brawijaya

Repository Universitas Brawijaya

Repository Repository Repository Repository Repository Repositor Repositor Repository Repository Repository Repository Repositor Repository Repository Repository Repositor Repository Repository Repositor Repository Repository Repository Repository Repository Repository Repositor Repository Repository Repository Repository Repository Repository Repository Repositor Repository Repository Repository Repositor Repositor Repository Repositor Repository Repository Repository

Repository

Repository

Repositor

/ijaya

laya

ijaya

llaya

iaya

jaya

laya

iaya

iava

rijaya

laya

aya

jaya

laya

ilava

laya

iiaya

iava

Repository

Repositor

Repositor

Repository Universitas Brawijaya

Repository Universitas Brawijaya Tabela11itory Universitas Brawijaya Repository Universit Hasil Validitas Variabel Trust in Brand (X3) as Brawijava Danadian Halizanika D Repository U **Item-Total Statistics** Repository U Repository U Scale Mean Scale Corrected Cronbach's Repository L if Item Variance if Item-Total Alpha if Item Repository L Deleted Item Deleted Correlation Deleted Repository L X3.1 8.17 1.799 0.587 0.527 Repository U Repository L X3.2 0.607 8.13 1.568 0.470 Repository l Repository U X3.3 8.23 1.220 0.483 0.633 Repository Sumber data: Data primer diolah, 2020 Repository Repository Universitas Brawijaya Repository Universitas Brawijaya Repository Universitas Brawijaya Repository Universita Berdasarkan output hasil uji validitas instrument penelitian pada variabel *Brand Trust* diperoleh hasil bahwa sebanyak 3 pernyataan Repository Universitas Brawijaya Repository Univ dalam kuisioner adalah valid karena seluruh nilai Corrected Item-Total Repository Universitas Brawijaya Repository Universitas Brawijaya Repository Univ Correlation (r-hitung) lebih besar dari r-tabel (0.296) sehingga seluruh Repository Universitas Brawijaya Item dinyatakan valid. Repository Universitas Brawijaya Rabel 4:12 ry Universitas Brawijaya Repository Universitas Brawijaya Repository Universitas Brawijaya Repository Universitas Brawijaya Repository Univers Hasil Validitas Variabel Customer Loyality (Y)s Brawijaya Ponositore Universites Proviliaya Repository Universitas Browillows **Item-Total Statistics** Repository U Repository U Scale Mean Scale Corrected Cronbach's Repository L if Item Variance if Item-Total Alpha if Item Repository U Deleted Item Deleted Correlation Deleted Repository U 8.23 1.702 0.512 0.616 Y1.1 Repository (Repository (7.93 0.631 Y1.2 1.857 0.498 Repository L Repository (1.826 Y1.3 7.97 0.541 0.579 Repository Sumber data: Data primer diolah (2020) Ository Universitas Brawijaya Repository Repository Universitas Brawijaya Repository Universitas Brawijaya Repository Universitas Brawijaya Repository Universitas Brawijaya

Repository Repositor Repository Repository Repository Repositor Repositor Repositor Repository Repository Repository Repository Repository Repository Repository Repositor Repository Repository Repositor Repository Repository Repository Repositor Repository Repository Repositor Repository Repository Repositor Repository Repository Repositor Repositor Repositor Repository Repository Repository Repositor Repository Repositor Repositor Repository Repository Repository Repositor

Repositor

Repositor

Repository

Repository

Repository

Repository Universitas Brawijaya Repository Universitas Brawijaya Repository Universitas Brawijaya Repository Universitas Brawijaya Repository Universita Berdasarkan output hasil uji validitas instrument penelitian pada Repository Universitas Brawijaya Repository Universitas Brawijaya Repository University variabel Loyality diperoleh hasil bahwa sebanyak 3 pernyataan dalam kuisioner adalah valid karena seluruh nilai Corrected Item-Total Repository Univ Correlation (r-hitung) lebih besar dari r-tabel (0.296) sehingga seluruh Repository Universitas Brawijaya Repository Universitas Brawijaya Repository Univitem dinyatakan valid. Repository Universitas Brawijaya Repository Universitas Brawijava Repository Universitas Brawijava Repository Universitas Brawijaya Repository Universitas Brawijaya Repository Universita Suatu pendekatan yang cukup popular luntuk mengatasi Repository Universitas Brawijaya Repository Universitas Brawijaya Repository Univ persoalan reliable ini adalah dengan menggunakan koefisien alpha. Repository Universitas Brawijaya Nilai *alpha* berkisar antara 0 sampai 1. Tindakan pengukuran akan Repository Universitas Brawijaya Repository Univ dikatakan reliabel jika paling tidak nilai alphanya 0,6. Dari analisis Repository Universitas Brawijaya Repository Universitas Brawijaya Repository Univ dengan program SPSS diperoleh uji reliabilitas seperti pada tabel Repository Universitas Brawijaya Tabel 4-13 tory Universitas Brawijaya Repository Universitas Brawijaya Repository Universitas Brawijaya Reliabiltas Instrumen Repository Universitas Brawijaya Repository Universitas Brawijaya Rep

| Reposito | ry Universitas Brawi | iiava. | Repository | Universit | as Brawiiava |
|----------|-----------------------|--------|--------------------------------|-------------------------|----------------|
| Reposito | ry Universitas Braw | Cro | ıbach's Alpha | Universit | Keterangan |
| Reposito | Customer Satisfaciton | jaya | 0.788 Ository | Ur _{0.60} rsit | Reliabel Va |
| Reposito | ry Universitas Braw | jaya | Repository | Universit | as Brawijaya |
| Reposito | Switching Cost Braw | jaya | 0.869 ository | Ur0.60rsit | as Reliabel ya |
| Reposito | Brand Trust | ijaya | 0.677 | 0.60 | Reliabel |
| Reposito | ry Universitas Braw | ijaya | Repository | Universit | as Brawijaya |
| Reposito | Loyalityersitas Braw | jaya | 0.700 ository | Ur0.60rsit | as Reliabel ya |
| Reposito | ry Universitas Braw | iiava | Renository | Universit | as Brawijava |

Repository Universitas Brawijaya

Repository Universitas Brawijaya

Repository Universitas Brawijaya

Repository Universitas Brawijaya

Repository U Dari hasi uji reliabilitas instrumen menunjukan bahwa ketiga variabel Repository Universitas Brawijaya Repository Universitas Brawijaya customer satisfaction, switching cost, dan trust in brand adalah reliabel karena nilai Repository Universitas Brawijay Repository Universitas Brawija r alpha > 0,60. Artinya r alpha lebih besar daripada batasan yang telah ditentukan Repository Universitas Brawijaya Repository Universitas Brawijaya Repository Universitas Brawijaya Repository Universitas Brawijaya

Repository Universitas Brawijaya

Repository Universitas Brawijaya

Repository Universitas Brawijaya

Repository Repositor Repositor Repository Repository Repository Repository Repository Repository Repository Repositor Repository Repositor Repositor Repository Repository Repository Repositor Repository Repository Repositor Repository Repository Repository Repository Repository Repositor Repository Repositor Repository Repository Repository Repositor Repositor Repositor Repositor Repository Repository Repository

Repository

Repository

Repositor

Repository Universitas Brawijaya

Repository Universitas Brawijaya Repository Universitas Brawijaya Repository Universitas Brawijaya Repository Universitas Brawijaya Reposityaitu sebesar 0,60, sehingga dapat dikatakan bahwa instrumen reliabel yang artinya Repository Universitas Brawijaya Repository Universitas Brawijava bahwa instrumen memiliki konsistensi baik yang bisa dipakai berapakali dan oleh Repository Universitas Brawijaya siapapun akan menghasilkan data yang konsisten. Repository Universitas Brawijaya Reposit 4.3.3. Uji Asumsi Klasik Wijaya Repository Universitas Brawijaya Uji normalitas bertujuan menguji apakah dalam model penelitian Repository variabel terdistribusi secara normal. Uji normalitas data dalam penelitian ini Repository Universitas Brawijaya Repository Universitas Brawijaya Repository Imenggunakan pengujian grafik normal PPlot dan One-Sample Kolmogorov Smirnov test. Data dikatakan terdistribusi dengan normal apabila residual Repository terdistribusi dengan normal yaitu memiliki tingkat signifikansi di atas 5% Repository Universitas Brawijaya Repository Universitas Brawijaya Repository Universitas Brawijaya Repository (Ghozali, 2013). rawijaya Repository Universitas Brawijaya Repository Universitas Brawijaya Repository Univerpengujian Normalitas dilakukan untuk melihat apakah nilai residual Repository Universitas Brawijaya Repository Universitas Brawijaya Repository yang diperoleh dari model mengikuti distribusi normal atau tidak. Hasil pengujian menunjukkan residual berdistribusi normal apabila titik-titik yang Repository terlihat pada gambar hasil uji SPSS berada di sekitar garis diagonal. Adapun Repository Universitas Brawijaya Repository Universitas Brawijaya Repository (hasil uji normalitas dapat dilihat pada tabel berikut: versitas Brawijaya Repository Universitas Brawijaya

Repositor Repository Repository Repository Repository Repositor Repositor Repositor Repository Repository Repository Repository Repository Repository Repository Repositor Repository Repositor Repositor Repository Repository Repository Repositor Repository Repository Repositor Repository Repository Repository Repository Repository Repository Repositor Repositor Repositor Repository Repository Repository Repositor Repositor Repositor Repository Repository Repository Repository

Repository

Repositor

Repositor

Repository Universitas Brawijaya

awijaya

'awijaya

'awijaya

awijaya

'awijaya

'awijaya

'awijaya

awijaya

'awijaya

'awijaya

awijaya

'awijaya

'awijaya

Repository Universitas Brawijaya Repository Universitas Brawijaya Repository Universitas Brawijaya Repository Universitas Brawijaya

Repository Univ Repository Univ

Dependent Variable: Y_Loyalty 0.8 Expected Cum Prob 0.4 0.6 0.8 Observed Cum Prob

Normal P-P Plot of Regression Standardized Residual

Repository Univ awijaya Repository Universitas brawijaya repository universitas brawijaya Repository Universitas BravGambar 4.5. Uji Normalitas iversitas Brawijaya Repository Universitas Brawijaya Repository Universitas Brawijaya Repository Universitation Barbar 4.5 terlihat titik-titik berada di sekitar garis diagonal. Titik-Repository titik yang menyebar disekitar garis diagonal menunjukkan residual Repository Universitas Brawijaya Repository Universitas Brawijaya Repository berdistribusi normal sehingga dapat disimpulkan bahwa residual antara variabel Customer Satisfaction, Switching Cost dan Brand Truts terhadap Repository Repository Loyality berdistribusi normal. Uji normalitas juga dapat dilihat dengan

Repository Universitas Brawijaya Repository Universitas Brawijaya Repository menggunakan uji one sample kolmogorov-smirnov seperti tabel dibawah Repository Universitas Brawijaya Repository Universitas Brawijaya

Repository Universitas Brawijaya Repository Universitas Brawijaya

Repository Universitas Brawijaya

Repositor Repository Repository Repository Repository Repositor Repositor Repository Repository Repository Repository Repositor Repository Repository Repository Repositor Repository Repositor Repositor Repository Repository Repository Repositor Repository Repository Repositor Repository Repository Repository Repository Repository Repositor Repository Repositor Repository Repository Repository Repository Repositor Repositor Repositor Repositor Repository Repository Repository

Repository

Repositor

Repositor

Reposit

Reposit

Repository Universitas Brawijaya Repository Universitas Brawijasa Pengujian Normalitas ersitas Brawijaya

Repository Universitas Brawijaya Repository Universitas Brawijaya Repository Universitas Brawijaya Repository Universitas Brawijaya Repository Universitas Brawijaya Tabel 4.14 ry Universitas Brawijaya

One-Sample Kolmogorov-Smirnov Test

| 1 1 | · · | me sample | i omiogoro | , 21111110, 1 | CSC | |
|--|-----------------------------|-------------------|----------------------------------|--------------------|--------------------|---------------|
| Reposit Reposit Reposit Reposit | | | X1_Custo mer_satis faction | X2_Switch ing_Cost | X3_Brand_ Trust | Y_Loy alty |
| Reposit Reposit | N | | 30 | 30 | 30 | 30 |
| Reposit | | Mean | 4.2000 | 3.9533 | 4.0890 | 4.0217 |
| Reposit Reposit Reposit | Parameters ^{a,b} | Std. Deviation | 0.60389 | 0.65323 | 0.57390 | 0.6251 |
| Reposit | | Absolute | 0.252 | 0.207 | .238 | 0.286 |
| Reposit | Most Extreme Differences | Positive | 0.152 | .161 | .122 | 0.150 |
| Reposit Reposit | | Negative | -0.252 | -0.207 | -0.238 | -0.286 |
| Reposit | Kolmogorov-Smirne | ov Z | 1.380 | 1.135 | 1.306 | 1.567 |
| Reposit Reposit | Asymp. Sig. (2-taile | ed) | 0.444 | 0.152 | 0.066 | 0.147 |

Reposit a. Test distribution is Normal.

Reposit b. Calculated from data.

Reposit Sumber: Data primer diolah (2020) Repository Universitas Brawijaya Repository Universitas Brawijaya Repository Universitas Brawijaya

Dari Tabel 4.18, besarnya nilai Kolmogorov-Smirnov Z pada variabel

Repository Universitas Brawijaya Repository Customer Satisfaction adalah 21.380 dengan nilai sig 0.444 lebih besar dari

Repository Universitas Brawiiava Repository Universitas Brawijaya

Repository 0.05. Dengan demikian dapat disimpulkan H0 diterima dan H1 ditolak,

Repository sehingga dapat disimpulkan bahwa dapat dikatakan seluruh residual pada

Repository variabel Customer Satisfaction berdistribusi normal. ersitas Brawijaya

Repository Universitas Brawijaya Repository Universitas Brawijaya Repository Universitas Brawijaya Repository Universitas Brawijaya

Repository Universitas Brawijaya Repository Universitas Brawijaya

Repository Universitas Brawijaya Repository Universitas Brawijaya Repository Universitas Brawijaya Repository Universitas Brawijaya

Repository Repository Repository Repository Repository Repositor Repositor Repositor Repository Repository Repository Repository Repository Repository Repository Repositor Repository

Repositor Repositor Repository Repository Repository

Repositor Repository Repositor Repositor

Repository Repository

а

Repository Repository Repository

Repository Repositor Repositor

Repository

Repository Repository

Repositor

Repository Repositor

Repositor

Repository Repository

Repository

Repository Repository

Repositor Repositor

Repository Universitas Brawijaya Repository Universitas Brawijaya Repository Universitas Brawijaya Repository Universitas Brawijaya Repository Universelanjutnya besarnya nilai Kolmogorov-Smirnov Z pada variabel Repository Universitas Brawijaya Repository Universitas Brawijava Repository Switching Cost adalah 1.135 dengan nilai sig 0.152 lebih besar dari 0.05. Repository Dengan demikian dapat disimpulkan H0 diterima dan H1 ditolak, sehingga kepository Universitas Brawija Repository dapat disimpulkan bahwa dapat dikatakan seluruh residual pada variabel Repository Universitas Brawijaya Repository Universitas Brawijaya Repository (Switching Cost berdistribusi normal Dository Universitas Brawijaya Repository Universitas Brawijaya Repository Universitas Brawijaya Repository Unive Selanjutnya besarnya nilai Kolmogorov-Smirnov Z pada variabel Repository Universitas Brawijaya Repository Universitas Brawijaya Repository Brand Trust adalah 1.306 dengan nilai sig 0.066 lebih besar dari 0.05. Dengan demikian dapat disimpulkan H0 diterima dan H1 ditolak, sehingga dapat disimpulkan bahwa dapat dikatakan seluruh residual pada variabel Brand Repository Universitas Brawijaya Repository Universitas Brawijaya Repository Universitas Brawijaya Repository *Trust* berdistribusi normal. Repository Universitas Brawijaya Repository Universitas Brawijaya Repository Universitas Brawiana Selanjutnya besarnya nilai Kolmogorov-Smirnov Z pada variabel Repository Universitas Brawijay Repository Loyality adalah 1.567 dengan nilai sig 0.147 lebih besar dari 0.05. Dengan Repository Universitas Brawijaya Repository Universitas Brawijaya Repository demikian dapat disimpulkan H₀ diterima dan H₁ ditolak, sehingga dapat disimpulkan bahwa dapat dikatakan seluruh residual pada variabel *Loyality* Repository Universitas Brawijaya Repository Uerdistribusi normalwijaya Repository Universitas Brawijaya Repository 433.219Uji Multikolinieritas Repository Universitas Brawijaya Repository Universitas Brawijaya Repository Universitas Brawijaya Repository UniverHasil pengujian asumsi Multikolinieritas menunjukkan di dalam Repository Universitas Brawijaya Repository Universitas Brawijaya Repository model tidak terjadi Multikolinieritas. Hal ini dapat dilihat dari matriks Repository Universitas Brawijaya Repository Universitas Brawijaya Repository korelasi antara variabel bebas pada Tabel berikut: Repository Universitas Brawijaya Repository Universitas Brawijaya

Repositor Repository Repository Repository Repository Repositor Repositor Repositor Repository Repository Repository Repositor Repository Repository Repository Repositor Repository Repositor Repositor Repository Repository Repository Repositor Repository Repository Repositor Repository Repository Repository Repository Repository Repositor Repository Repositor Repositor Repository Repository Repositor Repositor Repositor Repositor Repositor Repository Repository Repository

Repository

Repositor

Repository Universitas Brawijaya

| Renository | Universitas | Brawijava | Renne | itory I In | iversitas Brawijay | 87 //a |
|------------|---------------------------------|------------------|--|--------------|--|-----------|
| | Universitas | | , | 4 | iversitas Brawijay | |
| 1 0 | Universitas | | | | iversitas Brawijay | |
| | Universitas | | | | iversitas Brawijay | |
| | | | | | | |
| Repository | Tabel 4.15. | Hasil Pengujia | an Multiko | linieritas | iversitas Brawijay iversitas Brawijay | / CI |
| | Universitas | | | | iversitas Brawijay | |
| | No Variabel | Brawijaya | Tolerance | it VIF In | Vere Keterangan | VA. |
| Repository | | Satisfaciton | 0.328 | 3.049 | Nonmultikolinieritas | /a |
| Repository | 2 Switching | Cost | Repos | 8.327 | Nonmultikolinieritas | ya |
| Repository | Universitas | Brawijaya | 0.120 | itory Un | Versitas Brawija | ∕a |
| Repository | | Brawijaya | 0.184 | it 5:445 n | 11,0111101110111011101 | _ |
| Repositors | Sumber: Data prim | er diolah (2020) | Repos | | lversitas Brawijay | |
| Repository | Universitas | Brawijaya | repos | 10" | iversitas Brawijay | * |
| Repository | Universitas Pengui | ian multikolini | Repos ieritas dapai | t diketahui | dengan melihat VIF d | /a lan |
| | | | | | | |
| Repository | nilai <i>tolerance</i> | yang diperole | h. Jika nilai | nilai toler | ansi lebih besar dari 0, | ,10 |
| | Universitas | | * | - | iversitas Brawijay | - |
| 7 7 | | # V | | - | lisimpulkan tidak terja | ~ |
| Repository | multikolinierit | as. Dari hasil | pengujian o | diketahui l | oahwa seluruh nilai V | ′IF |
| | | | | | st, Brand Trust lebih ke | |
| Repository | pada variabel (| Customer Satis | faciton, Swi | tching Cos | st, Brand Trust lebih ke | /c11 |
| | | | | | ri 0,10 sehingga daj | |
| Repository | Universitas | Brawijaya | Repos | itory Un | iversitas Brawijay | /a |
| Repository | disimpulkan ba | ahwa tidak terj | adi multiko | linieritas a | ntar variabel bebas. | /a |
| Repository | Universitas | Brawijaya | Repos | itory Un | iversitas Brawijay | /a |
| | Universitas | | | | iversitas Brawijay | |
| Repository | Universitas | Brawijaya | Repos | itory Un | iversitas Brawija) iversitas Brawija) | /a |
| | | | | | | |
| Repository | Universitas | Brawijaya | Repos | itory Un | iversitas Brawijay | /a |
| | | | | | iguji apakah dalam moo | |
| Repository | regresi terjadi | ketidaksamaa | ın variasi o | lari residu | al suatu pengamatan | ke |
| ation. | | Marie Control | all the same of th | | and the same of th | |
| | | | | | ah yang homokedastisi | |
| Repository | Universitas atau tidak heter | roskedastisitas. | . Uji heterol | kesdaksitas | dalam penelitian ini di | uji |
| 7 | | 2 2 | X. | | | , |
| Repository | dengan scateri | olots. Data tida | ık mengalar | ni heterosk | cedastisitas apabila dala | am ⁄a |
| | | | | | awah angka nol dan tid | |
| | Universitas | | | | iversitas Brawijay | |
| | Universitas | | | | iversitas Brawijay | |
| | Universitas | | , | | iversitas Brawijay | |
| | Universitas | | | | iversitas Brawijay | - |
| Repository | Universitas | Brawijaya | Repos | itory Un | iversitas Brawijay | ya |
| A | Universitas | | | | iversitas Brawijay | |
| Dangaitan | I Injuravaltaa | Drawillava | Danas | Steam of Lon | irramitaa Drawiiai | 0.000 |

Repository Repositor Repository Repository Repository Repository Repository Repository Repositor Repositor Repository Repository Repository Repository

Repository

Repository

Repositor

Repository Universitas Brawijaya

Repository Universitas Brawijaya Repository Universitas Brawijaya Repository Universitas Brawijaya Repository Universitas Brawijaya Repository membentuk pola tertentu yang teratur. Hasil uji heteroskedastisitas dapat Repository Universitas Brawijava Repository Universitas Brawijaya Repository dilihat pada gambar dibawah ini Repository Universitas Brawijaya Repository Universitas Brawijaya Repository Universitas Brawijaya Repository Univ awijaya Scatterplot Repository Univ Dependent Variable: Y_Loyality awijaya Repository Univ awijaya Repository University Repository University awijaya awijaya Repository Univ awijaya Repository Univ awijaya Repository Univ awijaya Regression Standardized Predicted Value Repository Universitas Brawijaya Repository Universitas Brawijaya Repository Universitas Brawijaya Repository Universitas Brawijaya Repository Universitas Gambar 4.6. Uji Heteroskedastisitas rsitas Brawijava Repository Universitas Brawijaya Repository Universitas Brawijaya Repository UniverHasils uji heteroskedastisitas variabel lingkungan kerja, gaya kepemimpinan, budaya organisasi terhadap kinerja karyawan menunjukan Repository Universitas Brawijaya bahwa titik-titik tersebar di atas dan di bawah angka nol. Titik-titik menyebar Repository Universitas Brawijaya Repository Universitas Brawijaya Repository dan tidak membentuk pola tertentu yang teratur sehingga dapat disimpulkan Repository Universitas Brawijava Repository Universitas Brawijaya Repository bahwa dalam model regresi tidak terjadi heteroskedastisitas. Brawijaya Repository Universitas Brawijava Repository Universitas Brawijaya Repository 4.3.3.4. Hasil Analisa Regresi Linier Berganda versitas Brawijaya Repository Universitas Brawijaya Repository Universitas Brawijaya Repository Universitas Regresi Linier Berganda ditujukan untuk mengetahui pengaruh atau hubungan variabel bebas Customer Satisfaciton, Switching Repository Universitas Brawijaya Repository Cost dan Brand Trust serta variabel terikat berupa Loyality. Guna Repository Universitas Brawijaya Repository Universitas Brawijaya Repository memperoleh hasil yang lebih akurat, penulis menggunakan bantuan program Repository Universitas Brawijaya Repository Universitas Brawijaya

Repositor Repositor Repository Repository Repository Repositor Repositor Repository Repository Repository Repository Repositor Repository Repository Repository Repositor Repository Repositor Repositor Repository Repository Repository Repositor Repository Repository Repositor Repository Repository Repositor Repositor Repository Repositor Repository Repositor Repository Repository Repository Repository Repositor Repositor Repositor Repository Repository Repository Repository

Repository

Repositor

Repositor

Repository Universitas Brawijaya

| PR 11 11 11 11 | | | I I . Y | 89 |
|--|---------------------------------------|-----------------|-------------------|---------------------|
| Repository Universita | | , | Ψ. | itas Brawijaya |
| Repository Universita | | | | itas Brawijaya |
| Repository software SPS | | | | asilkan output pada |
| Repository Universitas | | | - | itas Brawijaya |
| Repository tabel berikut: | | | Ψ. | itas Brawijaya |
| Repository Universita | V V | | ~ | itas Brawijaya |
| Repository Universita | | , , | | itas Brawijaya |
| Repository Universita: | s Brawij Peng uj | jian Regresi l | Berganda : S | itas Brawijaya |
| Repositor _{No} Universiva | riabel | Beta | Std. Error | Keterangan |
| Repository ₁ Konstanta | s Brawijaya | 0.083 | 0.199 | itas Brawijaya |
| | Satisfaciton | 0.259 | 0.083 | Berpengaruh Posi |
| | s Brawijaya | Reposito | ry Univers | itas Brawijaya |
| | Cost awijaya | 0.5110810 | ry 0.105 vers | Berpengaruh Posi |
| Repository Brand Tru | s Brawijaya s Brawijaya | Reposito | ry Univers | Berpengaruh Posi |
| | | 7 | P. | , , |
| Reposit Sumber data: Data p | | | T | itas Brawijaya |
| Repository Universita | | | | itas Brawijaya |
| Repository Berdasarkan | | | | |
| Repository Universita | | | | itas Brawijaya |
| Repository Universitati Persamaan re Repository Universitati | egresinya | | | itas Brawijaya |
| | | | ~ | itas Brawijaya |
| Repository Universita | s Brawijaya | Reposito | | itas Brawijaya |
| Repository University | 1+ 02A2+03A3+e | | ~ | itas Brawijaya |
| Repository Universita | | | | itas Brawijaya |
| Repository Wi = -0.083+ | | * | 4 | ~ ~ |
| Repository Universita: | , , , , , , , , , , , , , , , , , , , | , | * | itas Brawijaya |
| Repository Keterangan: | | | | itas Brawijaya |
| Repository Universita: | | Reposito | ry Univers | itas Brawijaya |
| Repository Universitate Repository Universitate | s Brawijaya | , | 100 | itas Brawijaya |
| | | | 4 | itas Brawijaya |
| Repository Universitate | | | | itas Brawijaya |
| Repository Universita | s Brawijaya | | 14" | itas Brawijaya |
| Repository Universitate | | * | * | itas Brawijaya |
| Repository Uxiversite | | | | |
| Repository Universita | | Reposito | ry Univers | itas Brawijaya |
| Repository UX2versπSt | | Reposito | ry Univers | itas Brawijaya |
| Repository Universita | rand Trust | Reposito | ry Univers | itas Brawijaya |
| Repository Universita | s Brawijaya | Reposito | ry Univers | itas Brawijaya |
| Repository Universita | | | | itas Brawijaya |
| Repository Persamaan re | egresi di atas dapa | it dijelaskan s | ebagai beriku | itas Brawijaya |
| Repository Universita | s Brawijaya | Reposito | ry Univers | itas Brawijaya |
| Repository Universita: | s Brawijaya | Reposito | ry Univers | itas Brawijaya |
| Repository Universita | s Brawijaya | Reposito | ry Univers | itas Brawijaya |
| Repository Universita: | s Brawijaya | Reposito | ry Univers | itas Brawijaya |
| Repository Universita: | s Brawijaya | Reposito | ry Univers | itas Brawijaya |
| Repository Universita: | | | P | itas Brawijaya |
| Danaaltan (Habraralta | a Muarrillaira | Donnalia | on a Handistonian | than Dunivillation |

Repository Repository Repository Repository Repository Repository Repository

Repository

Repository
Hepository

Repository Repository Repository Repository

Repository Repository Repository

Repository Repository

Repository Repository Repository

Repository Repository Repository

Repository Repository

Repository

Repository Repository

Repository Repository

Repositor

Repository Repository

Repositor

Repository Universitas Brawijaya

Repository Universitas Brawijaya

Repository Universitas Brawijaya Repository Universitas Brawijaya Repository Universitas Brawijaya Repository Universitas Brawijaya Repository a. Konstanta sebesar 0.083; artinya jika Customer Satisfaction (X1), Repository Universitas Brawijaya Repository Universitas Brawijava Repository Switching Cost (X2), dan Brand Trust (X3) adalah 0, maka Loyality (Y) nilainya adalah 0.083 atau jika variabel *Loyality* tidak dipengaruhi oleh Repository Universitas Brawijaya Repository Universitas Brawijaya Repository Univariabel lain maka nilainya adalah positif 0.083. ersitas Brawijaya Repository Universitas Brawijaya Repository Universitas Brawijaya b. Koefisien regresi variabel Customer Satisfaction (X1) sebesar 0.259; Repository University jika variabel independen lain nilainya tetap dan variabel Repository University dan variabel Repository Uni Customer Satisfaction mengalami kenaikan 1%, maka Loyality (Y) akan Repository Universitas Brawijaya Repository Universitas Brawijaya Repository Uni mengalami kenaikan sebesar 0.259. Koefisien bernilai positif artinya Customer Satisfaction terhadap Loyality, Repository Universali pengaruh positif Repository Uni semakin baik Customer Satisfaction maka semakin besar Loyality. aya Repository Universitas Brawijaya Repository Universitas Brawijaya Repository C. Koefisien regresi variabel Switching Cost (X2) sebesar 0.511; artinya jika variabel independen lain nilainya tetap dan Switching Cost mengalami Repository Universitas Repository Uni kenaikan 1%, maka Loyality (Y) akan mengalami kenaikan sebesar Repository Universitas Brawijaya Repository Universitas Brawijaya Repository Uni 0.511. Koefisien bernilai positif artinya terjadi pengaruh positif antara Repository Uni Switching Cost terhadap Loyality, semakin baik Switching Cost maka Repository Universality besar Loyality. Repository Universitas Brawijaya Repository Universitas Brawijaya Repository Universitas Brawijaya Repository d. Koefisien regresi variabel Brand Trust (X3) sebesar 0.220; artinya jika Repository Univariabel independen lain nilainya tetap dan *trust in brand* mengalami Repository Uni kenaikan 1%, maka Loyality (Y) akan mengalami kenaikan sebesar Repository Universitas Brawijaya Repository Universitas Brawijaya Repository Uni 0.220. Koefisien bernilai positif artinya terjadi pengaruh positif antara Repository University Brawing Repository University Brawing Repository University in Brand terhadap Loyality, semakin baik trust in brand maka Repository Universality besar Loyality. Repository Universitas Brawijaya Repository Universitas Brawijaya Repository Universitas Brawijaya Repository len Nilai Standart error untuk meminimalisisr kesalahan yang terjadi Repository Universitas Brawijaya Repository Universitas Brawijaya

Repositor

Repository

Repository

Repository

Repository

Repositor

Repositor

Repository

Repository

Repository

Repository Repository

Repository

Repository

Repository

Repository Repository

Repositor

Repositor

Repository Repository

Repository

Repositor

Repository

Repository

Repository Repository

Repository

Repository

Repositor

Repository Repository

Repository

Repositor

Repository

Repository Repository

Repository

Repositor

Repository Repository Repository

Repository

Repository

Repository

Repository

Repositor

Repositor

Repository Universitas Brawijaya

Repository Universitas Brawijaya Repository Universitas Brawijaya Repository Universitas Brawijaya Repository Universitas Brawijaya Reposit 4.4. Pengujian Hipotesis vijaya Repository Universitas Brawijaya Repository UniverUji T pengujian yang digunakan untuk mengetahui apakah variabelvariabel independen secara parsial yang berpengaruh nyata atau tidak Repository Unive Repository Repository terhadap variabel dependen, derajat signifikansi yang digunakan adalah 0,05. Repository Universitas Brawijaya Repository Universitas Brawijaya Repository Apabila nilai signifikansi lebih kecil dari derajat kepercayaan maka kita Repository menerima hipotesis alternatif yang menyatakan bahwa suatu variabel Repository independen secara parsial mempengaruhi variabel dependen. S Brawijaya Repository Universitas Brawijaya Repository Universitas Brawijaya Repository Universitas Brawijaya Repository Universitas Brawijaya Menurut kriteria pengujian: Repository Universitas Brawijaya Repository Universitas Brawija Repository Unive H0 ditolak apabila t hitung > t tabel (1.697) Versitas Brawijaya Repository Universitas Brawijaya Repository Universitas Brawijaya Repository Unive Ha diterima apabila t hitung < tabel (1.697) iversitas Brawijaya Repository Universitas Brawijaya Repository Universitas Brawijaya Repository UniverBerdasarkan hasil uji SPSS 17 maka hasil dari uji T terdapat pada tabel Repository Universitas Brawijaya Repository Universitas Brawijaya Repository 4.21 sebagai berikut: Repository Universitas Brawijaya Repository Universitas Brawijaya Repository Universitas Brawijaya Repository Universitas Brawijaya Tabel 4d itory Universitas Brawijaya Hasil Uji Ttory Universitas Brawijaya Repository Universitas Brawijaya

| Reposit | No No | Iniversitas Brawija Variabel Iniversitas Brawija | iya Rej t-hitung iya Kej | t-tabel (standart) | Iniversitas Brawijaya Sig. Iniversitas Brawijaya |
|--------------------|----------------|--|--------------------------------|-----------------------|--|
| Reposit | ory l | Konstantaas Brawija | 0.420 | odi697y L | Inio 676 itas Brawijaya |
| Reposit Reposit | ory t ory t | Costumer Satisfaction | 3.131 ya | 1.697 | 0.002 Signifikan |
| Reposit | or3/ L | Switching Cost rawija | 1984.860 e | 0.1.697y L | 0.000 as Signifikan/a |
| Reposit | ory t | Brand Trust Iniversitas Brawija | 2.098 | 1.697 pository U | 0.039 Signifikan |

Reposi Sumber: Data diolah penulis, 2020 Repository Universitas Brawijaya Repository Universitas Brawijaya Repository Universitas Brawijaya Repository Univergia statisfik teest (parsial) menunjukan pengaruh Costumer Repository Universitas Brawijaya Repository Universitas Brawijaya Satisfaction, Switching Cost dan Brand Trust terhadap Loyalty adalah

Repository Universitas Brawijaya Repository Universitas Brawijaya Repository Universitas Brawijaya Repository Universitas Brawijaya Repository Universitas Brawijaya

Repository Universitas Brawijaya

Repository Universitas Brawijaya

Repository Universitas Brawijaya Repository Universitas Brawijaya Repository Universitas Brawijaya Repository Universitas Brawijaya Repository Universitas Brawijaya Repository Universitas Brawijaya

Repository Universitas Brawijaya

Repositor Repository Repository Repository Repository Repositor Repositor Repository Repository Repository Repository

Repositor Repository Repository Repository Repositor Repository

Repositor Repositor Repository Repository Repository

Repositor Repository Repository Repositor

Repository Repository Repository Repository

Repository Repository Repository Repositor Repository

Repository Repository Repositor Repositor

Repository Repositor Repositor

Repository Repository Repository

Repository Repositor Repositor

Repository Universitas Brawijaya

Repository Universitas Brawijaya Repository Universitas Brawijaya Repository Universitas Brawijaya Repository Universitas Brawijaya Repository berpengaruh secara parsial. Berdasarkan tabel di atas, maka dapat Repository Universitas Brawijaya Repository Universitas Brawijaya Repository dideskripsikan sebagai berikut, yaitu: ository Universitas Brawijaya Repository Universitas Brawijaya Repository Universitas Brawijaya Repository 1) Variabel Costumer Satisfaction (X1) memiliki nilai signifikansi 0.002 Repository Universitas Brawijaya Repository Universitas Brawijaya pada tabel Coefficients^a dengan nilai α (derajat signifkansi) 0.05 artinya 0.002<0.05 atau terdapat pengaruh yang signifikan dan uji t menunjukkan Repository Universitas Brawijaya Repository Universitas Brawijaya Repository Uni 3.131>t tabel (1.697). Artinya Costumer Satisfaction berpengaruh positif Repository Universitas Brawijaya Repository Universitas Brawijaya Repository Universitas Brawijaya 2) Variabel Switching Cost (X2) memiliki nilai signifikansi 0.000 pada tabel Repository Universitas Brawijaya Repository Universitas Brawijaya Repository Uni Coefficients^a dengan nilai α (derajat signifkansi) 0.05 artinya 0.000<0.05 Repository Universitas Brawijaya Repository Universitas Brawijaya Repository un atau terdapat pengaruh yang signifikan dan uji t menunjukkan 4.860>t tabel (1.697). Artinya Switching Cost positif berpengaruh signifikan Repository Universitas Brawijaya Repository Universitas Brawijaya Repository Univerhadap Loyalty. Jaya Repository Universitas Brawijaya Repository Universitas Brawijaya Repository Universitas Brawijaya Repository 3) Variabel Brand Trust (X3) memiliki nilai signifikansi 0.039 pada tabel Coefficients^a dengan nilai α (derajat signifkansi) 0.05 artinya 0.039<0.05 Repository Uni atau terdapat pengaruh yang signifikan dan uji t menunjukkan 2.098>t Repository Universitas Brawijaya Repository Universitas Brawijaya Repository Unitabel (1.697). Artinya Brand Trust positif berpengaruh signifikan Repository Universitas Brawijaya terhadap Loyalty. Repository Universitas Brawijaya Repository **U.4.2 Uji F**as Brawijaya Repository Universitas Brawijaya Repository Universitas Brawijaya Repository Universitas Brawijaya Repository Universitas Brawijaya dasarnya menunjukkan apabila semua variabel independen atau bebas yang dimaksukan dalam model mempunyai ketepatan Repository Universitas Brawijaya Repository Universitas Brawijaya model terhadap variabel dependen atau terikat (Ghozali, 2018). Dimana pada Repository Universitas Brawijaya Repository Universitas Brawijaya uji F terdapat kriteria uji hipotesis yang digunakan adalah sebagai berikut: Repository Universitas Brawijaya Repository Universitas Brawijaya Repository 1) Jika nilai probabilitas < 0,05 maka H0 ditolak dan Ha diterima. Repository Universitas Brawijaya Repository Universitas Brawijaya

Repositor Repositor Repository Repository Repository Repository Repositor Repository Repository Repository Repository Repositor Repository Repository Repository Repositor Repository Repositor Repositor Repository Repository Repository Repositor Repository Repository Repositor Repository Repository Repository Repositor Repository Repositor Repositor Repositor Repository Repository Repository Repositor

Repository Repositor

Repository

Repositor

Repository

Repository

Repository

Repository

Repositor

Repositor

Repository Universitas Brawijaya

Reposit

Repository Universitas Brawijaya Reposit

Repository Universitas Brawijaya Repository Universitas Brawijaya Repository 2) Jika nilai probabilitas > 0,05 maka H₀ diterima dan Ha ditolak rawijaya Repository Universitas Brawijaya Repository Universitas Brawijaya Repository Universitas Brawijaya TaBelansitory Universitas Brawijaya Repository Universitas Brawijaya tory Universitas Brawijaya **ANOVA**^a

| Reposit | | | | | | | | |
|--------------------|------------|-------------------|----|----------------|---------|-------------------|--|--|
| Reposit Reposit | Model | Sum of Squares | Df | Mean Square | F | Sig. | | |
| Reposit | Regression | 35.565 | 3 | 11.855 | 175.159 | .000 ^b | | |
| Reposit Reposit | 1 Residual | 6.497 | 96 | 0.068 | | | | |
| Reposit | Total | 42.063 | 99 | | | | | |

Reposit a. Dependent Variable: Y_Loyalty

Reposit b. Predictors: (Constant), X3_Brand_Trust, X2_Switching_Cost,

Reposit X1_Customer_Satisfaction

Repository universitas pravijaya Γισμυσκυί γ Οτιίνσισκας Επανιήαγα Repository Universitas Brawijaya Repository Universitas Brawijaya Repository Univer Berdasarkan tabel di atas maka didapatkan hasil dari uji statistik F Repository didapatkan nilai statistic f hitung 175.159 dan nilai signifikasi 0,000 dimana Repository hasil ini lebih besar dari F tabel (2.69) pada n sebesar 30 sehingga Ho ditolak Repository Universitas Brawijaya Repository Universitas Brawijaya Repository yang mana dapat disimpulkan bahwa Customer Satisfaction, Switching Cost

dan Trust in Brand terhadap Customer Loyalty adalah berpengaruh secara Repository Universitas Brawijaya Repository Universitas Brawijaya

Repository Repository Repository Repository Repository Repositor Repositor Repository Repository Repository Repository Repositor Repository Repository Repository Repositor Repository Repository Repositor Repository Repository Repository Repositor Repository Repository Repositor Repository Repository Repository Repository Repository Repositor Repository Repositor Repository Repository Repository Repositor Repositor Repositor Repositor Repositor Repository Repository Repository

Repository

Repositor

Repository Univer-

Repository Universitas Brawijaya

Repository Universitas Brawijaya

Repository Universitas Brawijaya

| | | | | | | 94 |
|--------------------|--|------------------|---|---|--------------------|------------------|
| Repository | Universitas E | Brawija | ya Re | pository L | Jniversitas | _ |
| | Universitas E | | | , | Iniversitas | |
| | 4.4.3. Hasil Analisis Koefisien Determinasi (R²) iversitas Brawijaya | | | | | |
| | Universitas E | | | | Iniversitas | |
| Repository | Koefisier | rawija) | ya. Re | pository L | Iniversitas | Brawijaya |
| Repository | Universitas E | rawija | masi pada | regresi iini | er sering dia | ukan sebagai |
| Time to the second | seberapa besar | | | F 2 | bebas dalam | pm, 4.0 |
| Repository | Universitas E | Brawija) | ya Re | pository L | Iniversitas | Brawijaya |
| Repository | varians dan var | riabel ter | ikatnya. S | Secara seder | hana koefisie | n determinasi |
| Repository | Universitas E | 3rawija | ya Re | pository L | Iniversitas | Brawijaya |
| Repository | dihitung dengan | mengua rawija | uraikan k | oensien kore | iniversitas | Brawijaya |
| | seberapa besar v | | | | | |
| Repository | Universitas E | Brawijay | ya Re | pository L | Jniversitas | Brawijaya |
| Repository | bebas X. bila ni | lai koefis | sien deteri | ninasi sama | dengan 0 (R2 | = 0), artinya |
| Repository | Universitas E | rawija) | ditaran ak | pository L | Iniversitas | Brawijaya |
| Repository | variasi dari Y tic | rawija) | unterangka | pository L | iniversitas | Brawijaya |
| Repository | = 1, artinya varia | asi dari Y | secara kes | seluruhan dar | at diterangkar | oleh variabel |
| Repository | Universitas E | Brawijay | ya Re | pository L | Jniversitas | Brawijaya |
| Repository | X. Hasil uji dete | rminasi R | R2 terdapa | t pada tabel d | ibawah ini: | Brawijaya |
| Repository | Universitas E | 3rawijay | ya Re | pository L | Iniversitas | Brawijaya |
| Repository | Universitas E | Brawijay | /a Tabe | p4.19 tory L | Iniversitas | Brawijaya |
| Repository | Universitas E Universitas E | Brawija) | ya Re | pository L | Iniversitas | Brawijaya |
| Repository | Universitas E | Brawija | | eteriiinasi K | Iniversitas | Brawijaya |
| Repository | Univer | | Model Su | ımmary ^b | | Brawijaya |
| Repository | | | | | | Brawijaya |
| Repository | Univer Model | R | R | J | Std. Error of | Brawijaya |
| Repository | Univer | | Square | Square | the Estimate | Brawijaya |
| Repository | | | | | | Brawijaya |
| Repository | Univer 1 | 0.920^{a} | 0.846 | 0.841 | 0.26016 | Brawijaya |
| Repository | a. Prem | ctors: (Co | onstant) X | 3_Brand_Tri | | Brawijaya |
| Repository | I I I I I I I I I I I I I I I I I I I | • | * | Sustomer_Sat | | Brawijaya |
| Dammalfamer | I I had to come The _DWI | | | | | Phone restlement |

Repository Repository

Repository Repository Repository Repository Repositor Repository Repository Repository Repository Repository Repository Repository Repository Repositor Repository Repository

Repository Repository Repository Repository Repository Repository Repository Repository Repository Repository Repository Repository Repository Repository

Repository

Repositor

Repository

Repository Repository

Repository

Repository

Repositor

Repository

Repository

Repository

Repository Repository

Repository

Repository Repository

Brawijaya

Brawijaya

Brawijaya

Repository Univer X2_Switching_Cost, X1_Customer_Satisfaction

Repository Univer b. Dependent Variable: Y_Loyality

| Repository | Univer | Brawijaya |
|------------|------------------------------|--|
| | | .12 di atas diperoleh angka R2 (R Square) |
| Repository | Universitas Brawijaya | Repository Universitas Brawijaya). Hal ini menunjukkan bahwa prosentase |
| Repository | sebesar 0.846 atau (84,6%) |). Hal ini menunjukkan bahwa prosentase |
| Repository | sumbangan pengaruh yariah | pel independen yang terdiri dari Customer |
| Repository | Universitas Brawijaya | Repository Universitas Brawijaya |
| | | dan Brand Trust terhadap variabel dependen |
| Repository | Universitas Brawijaya | Repository Universitas Brawija variasi variabel independen yang terdiri dari |
| Repository | Loyality sebesar 84,6%. Atau | i variasi variabel independen yang terdiri dari |
| Repository | Universitas Brawijaya | Repository Universitas Brawijaya |
| Repository | Universitas Brawijaya | Repository Universitas Brawijaya |

Repository Universitas Brawijaya

Repository Universitas Brawijaya

Repository Universitas Brawijaya Repository Universitas Brawijaya Repository Universitas Brawijaya Repository Universitas Brawijaya Repository Customer Satisfaction, Switching Cost dan Brand Trust mampu menjelaskan Repository Universitas Brawijaya Repository Universitas Brawijaya Repository sebesar 84,6% variasi variabel dependen (Loyality). Sedangkan sisanya Repository U sebesar 15,4% dipengaruhi atau dijelaskan oleh variabel lain yang tidak Repository Idimasukkan dalam model penelitian inisitory Universitas Brawijaya Repository Universitas Brawijaya Repository Universitas Brawijaya Standard Error of the Estimate adalah suatu ukuran banyaknya Repository Universitas Brawijaya Repository Universitas Brawijaya Repository kesalahan model regresi dalam memprediksikan nilai Y. Dari hasil regresi di Repository Universitas Brawijaya Repository Universitas Brawijaya dapat nilai 0.26016, hal ini berarti banyaknya kesalahan dalam prediksi Loyality adalah 0.26016. Sebagai pedoman jika Standard error of the estimate Repository Universitas Brawijaya kepository Universitas Brawijaya Repository kurang dari standar deviasi Y, maka model regresi semakin baik dalam Repository Universitas Brawijaya Repository Universitas Brawijaya Repository memprediksi nilai Ywijaya Repository Universitas Brawijaya 4.5. Pembahasan Hasil Penelitian Repository Universitas Brawijaya Repository Universitas Brawijaya Repository 4.5.1. Pengaruh Customer Satisfaction Terhadap Customer Loyalty Repository Universitas Brawijaya Repository Universitas Brawijaya Repository UniversVariabel Costumer Satisfaction (X1) berpengaruh signifikan Repository Universitas Brav terhadap variabel Repository Universitas Brav loyalty. Artinya Costumer Satisfaction Customer Repository berpengaruh positif signifikan terhadap Customer Loyalty. Loyalitas Repository Universitas Brawijava Repository Universitas Brawijaya Repository konsumen (customer loyalty) dapat didefinisikan sebagai sikap menyenangi Repository Universitas Brawijaya terhadap suatu merek yang direpresentasikan dalam pembelian yang Repository konsisten terhadap merek tersebut sepanjang waktu (Sutisna, 2013: 41). Repository Universitas Brawijaya Repository Universitas Brawijaya Repository Loyalitas pelanggan didefinisikan Oliver (dalam Taylor, Celuch, dan Goodwin, 1999:218) sebagai komitmen yang tinggi untuk membeli kembali Repository Repository suatu produk atau jasa yang disukai di masa mendatang, disamping pengaruh Repository Universitas Brawijaya Repository Universitas Brawijaya Repository situasi dan usaha pemasaran dalam merubah perilaku. Dengan kata lain Repository Universitas Brawijaya Repository Universitas Brawijaya

Repositor Repository Repository Repository Repository Repository Repositor Repositor Repository Repository Repository Repositor Repository Repository Repository Repositor Repository Repository Repositor Repository Repository Repository Repositor Repository Repository Repositor Repository Repository Repository Repository Repository Repository Repository Repositor Repository Repository Repository Repository Repository Repositor Repositor

Repositor

Repository

Repository

Repository

Repository

Repositor

Repositor

Repositor

Repository

Repository

Repository

Repository

Repository Repository

Repository

Repository

Repository

Repository Repository

Repository

Repository

Repository

Repository Repository

Repositor

Repositor

Repository

Repository Repository

Repositor

Repository

Repository

Repository Repository Repository

Repository

Repositor

Repository Repository

Repository

Repositor

Repository

Repository

Repository

Repositor

Repository Repository

Repository Repository

Repository

Repository

Repository

Repository

Repositor

Repositor

Repository Universitas Brawijaya

Repository Universitas Brawijaya

Repository Universitas Brawijaya

Repository Universitas Brawijaya

Repository Universitas Brawijaya Repository Universitas Brawijaya Repository Universitas Brawijaya Repository Universitas Brawijaya Repository pelanggan akan setia untuk melakukan pembelian ulang secara terus-Repository Universitas Brawijaya Repository Universitas Brawijaya Repository Unenerusitas Brawijaya Repository Universitas Brawijaya Menurut Oliver, kepuasan adalah tingkat perasaan seseorang Repository (pelanggan) setelah membandingkan antara kinerja atau hasil yang dirasakan Repository Universitas Brawijaya Repository Universitas Brawijaya Repository (pelayanan yang diterima dan dirasakan) dengan yang diharapkannya (Irine, 2009: 61). Kepuasan atau ketidakpuasan pelanggan adalah respon terhadap Repository Universitas Brawijaya epository Repository evaluasi ketidaksesuaian atau diskonfirmasi yang dirasakan antara harapan Repository Universitas Brawijaya Repository Universitas Brawijaya Repository sebelumnya dan kinerja aktual produk yang dirasakan antara harapan sebelumnya dan kinerja aktual produk yang dirasakan setelah pemakaian Tse Repository Idan Wilson dalam Nasution (2014), pository Universitas Brawijaya Repository Universitas Brawijava Repository Universitas Brawijaya Repository Univer Hasil penelitian ini didukung oleh hasil penelitian dari Risdianto dan Japarianto (2015) yang menunjukkan hasil bahwa Variabel customer loyalty Repository disini menunjukkan nilai coefficient determination (R2) sebesar 0.502 atau Repository Universitas Brawijaya Repository Universitas Brawijaya Repository 50.2%. Artinya variabel customer loyalty dapat dijelaskan atau dipengaruhi Repository oleh variabel customer satisfaction, switching barriers, dan customer trust Repository sebesar 50.2% dan sisanya oleh variabel lainnya. Hal tersebut selaras dengan Repository Universitas Brawijaya Repository Universitas Brawijaya Repository (penelitian yang dilakukan oleh Fitriyah (2015) Variabel pertama yang paling Repository dominan berpengaruh terhadap loyalitas konsumen pada PT. TIKI Semarang Repository ladalah variabel kepuasan konsumen. Ository Universitas Brawijaya Repository 4.5.2. Pengaruh Switching Cost Terhadap Customer Loyality Repository Universitas Brawijaya Repository Universitas Brawijaya Repository UniverVariabel Switching Cost (X2) memiliki nilai signifikansi 0.000 pada Repositor tabel Coefficients^a dengan nilai α (derajat signifkansi) 0.05 artinya 0.000 < Repository 0.05 atau terdapat pengaruh yang signifikan dan uji t menunjukkan 4.860>t Repository Universitas Brawijaya Repository Universitas Brawijaya

Repository Universitas Brawijaya

Repository Universitas Brawijaya

Repository Universitas Brawijaya

Repositor

Repository

Repository

Repository

Repository

Repositor

Repositor

Repository

Repository

Repository

Repository Repositor

Repository

Repository

Repository

Repository

Repository

Repositor

Repositor

Repository

Repository

Repository

Repositor

Repository

Repository

Repositor Repository Repository

Repository

Repositor

Repository Repositor

Repository

Repositor

Repository

Repository

Repository

Repository

Repositor

Repository

Repositor Repository

Repository

Repository

Repository

Repository

Repositor

Repositor

Repository

Repository

Repository

Repository Universitas Brawijaya

Repository Universitas Brawijaya

Repository Universitas Brawijaya

Repository Universitas Brawijaya Repository Universitas Brawijaya Repository Universitas Brawijaya Repository Universitas Brawijaya Repository tabel (1.697). Artinya Switching Cost positif berpengaruh signifikan terhadap Repository Universitas Brawijaya Repository Universitas Brawijaya Repository Customer Loyalty. Repository Universitas Brawijaya Repository University Switching cost adalah Repository University Statement (1988) salah satu kategori dalam switching barriers Repository Universitas Brawijaya Repository yang muncul dari sebuah analisis (Colgate dan Lang, 2001). Penting untuk Repository Universitas Brawijaya Repository Universitas Brawijaya Repository mengetahui bahwa strategi switching cost adalah strategi yang digunakan untuk mengunci atau istilahnya "lock-in" pelanggan sehingga mencegah Repository pelanggan tersebut berpindah ke produk lain atau penyedia layanan lain. Repository Universitas Brawijaya Repository Universitas Brawijaya Repository Switching cost juga dapat menciptakan ketergantungan konsumen terhadap suatu produk (Morgan dan Hunt, 2014). Switching cost juga dapat berkaitan Repository Un Repository dengan perceived risk, yaitu yang didefinisikan sebagai persepsi pelanggan Repository Universitas Brawijaya Repository Universitas Brawijaya Repository akan ketidakpastian dan konsekuensi yang merugikan karena membeli Repository Uni produk atau jasa lain. Repository Universitas Brawijaya Repository Universitas Brawijaya Repository Unive Hasil penelitian ini selaras dengan penelitian yang dilakukan oleh Repository Universitas Brawijaya Repository Universitas Brawijaya Repository Astini (2011) menunjukkan bahwa kepuasan, kepercayaan, dan biaya beralih secara bersama-sama mempengaruhi loyalitas pelanggan; kepercayaan lebih Repository penting daripada kepuasan pelanggan dalam mempengaruhi loyalitas Repository Universitas Brawijaya Repository Universitas Brawijaya Repository (pelanggan, Hal tersebut tidak jauh berebda dengan penelitian yang dilakukan oleh Nisa, Farida & Dewi (2013) hasil uji F menunjukkan bahwa secara Repository simultan variabel kepercayaan merek, switching cost, dan kepuasan Repository Universitas Brawijaya Repository Universitas Brawijaya Repository konsumen berpengaruh positif dan signifikan terhadap loyalitas konsumen sebesar 50,6% yang berarti loyalitas konsumen dapat dijelaskan oleh Repository kepercayaan merek, switching cost, dan kepuasan konsumen sebesar 50,6%, Repository Universitas Brawijaya Repository Universitas Brawijaya Repository dan sisanya 49,4% dapat dijelaskan oleh variabel lain. Secara parsial berdasarkan uji t variabel-variabel dalam penelitian ini berpengaruh positif Repository Universitas Repository Repository dan signifikan dimana switching cost memiliki pengaruh terbesar yaitu Repository Universitas Brawijaya Repository Universitas Brawijaya Repository Universitas Brawijaya Repository Universitas Brawijaya

Repository Universitas Brawijaya

Repository Universitas Brawijaya

Repository Universitas Brawijaya Repository Universitas Brawijaya Repository Universitas Brawijaya Repository Universitas Brawijaya Repository sebesar 32,9%, sedangkan kepercayaan merek memiliki pengaruh terendah Repository Universitas Brawijaya Repository Universitas Brawijaya Repository yaitu sebesar 7,3% wijaya Repository Universitas Brawijaya 4.5.3. Pengaruh Trust in Brand Terhadap Customer Loyality Brawijaya Repository Universitated Trust in Brand (X3) memiliki nilai signifikansi 0.039 pada Repository Universitas Brand (X3) memiliki nilai signifikansi 0.039 pada Repository tabel Coefficients^a dengan nilai α (derajat signifkansi) 0.05 artinya Repository Universitas Brawijaya Repository Universitas Brawijaya Repository 0.039<0.05 atau terdapat pengaruh yang signifikan dan uji t menunjukkan 2.098>t tabel (1.697). Artinya *Trust in Brand* berpengaruh positif secara Repository Isignifikan terhadap Customer Loyalty. Sitory Universitas Brawijaya Repository Universitas Brawijaya Repository Universitas Brawijaya Brand atau merek merupakan atribut produk yang penting dan dapat Repository Universitas Brawijaya Repository Universitas Brawijaya Repository mempengaruhi B kegiatan a pemasaran Ssuatu Uperusahaan. S Agar / dapat Repository Universitas Brawijaya Repository Universitas Brawijaya memberikan gambaran yang jelas mengenai pengertian merek, maka penulis mengemukakan pengertian merek dari beberapa ahli. Repository Universitas Brawijaya Universitas Brawijaya Repository Repository Universitas Brawijaya Repository Universitas Repository Universita nama, istilah, tanda, simbol, rancangan tau kombinasi dari hal-hal tersebut, Repository Universitas Brawijaya Repository Universitas Brawijaya Repository yang dimaksudkan untuk mengidentifikasi barang atau jasa dari seseorang Repository Universitas Brawijaya Repository Universitas Brawijava Repository atau sekelompok penjual dan membedakannya dari produk pesaing. Repository Universitas Brawijaya Repository Universitas Brawijaya Repository Unive Trust atau kepercayaan adalah suatu gagasan deskriptif yang dianut Repository Universitas Brawijaya Repository Universitas Brawijaya Kepercayaan dapat berlandaskan opini seseorang tentang sesuatu. pengetahuan. Pengetahuan erat kaitannya dengan jumlah informasi yang Repository Universitas Brawijaya Repository Universitas Brawijaya Repository diketahui konsumen mengenai informasi yang dimiliki seseorang. Semakin Repository Universitas Brawijaya Repository Universitas Brawijaya banyak informasi yang diketahui konsumen mengenai suatu produk maka akan meningkatkan kepercayaan konsumen terhadap produk tersebut, Repository Universitas Brawijaya Repository sedangkan semakin banyaknya informasi yang didapat konsumen mengenai Repository Universitas Brawijaya Repository Universitas Brawijaya

Repository Universitas Brawijaya

Repositor

Repository

Repository

Repository

Repository

Repository

Repositor

Repositor

Repository Repository

Repository

Repositor

Repository

Repository Repository

Repository Repository

Repositor

Repositor

Repository

Repository

Repository

Repositor

Repository

Repository Repository

Repository Repository

Repository

Repositor

Repository

Repositor

Repositor

Repositor

Repository

Repository

Repository

Repositor

Repositor

Repository Repository

Repositor

Repository

Repository

Repository

Repository

Repositor

Repository Universitas Brawijaya Repository Universitas Brawijaya Repository Universitas Brawijaya Repository Universitas Brawijaya Repository kekurangan suatu produk maka akan mengurangi kepercayaan konsumen Repository Universitas Brawijaya Repository Universitas Brawijaya Repository pada produk tersebut, jaya Repository Universitas Brawijaya Repository Universitas Brawijaya Repository Universitas Brawijaya Repository Univer Kepercayaan konsumen menurut Mowen, dkk (2012) adalah semua Repository Universitas Brawijaya Repository Universitas Brawijava pengetahuan yang dimiliki oleh konsumen dan semua kesimpulan yang dibuat Repository konsumen tentang objek, atribut dan manfaatnya. niversitas Brawijaya Repository Universitas Brawijaya Repository Universitas Brawijaya Repository Universitas Brawijaya Repository Universitas Brawijaya Repository University in brand atau kepercayaan pelanggan terhadap merek adalah kemauan konsumen mempercayai merek dengan segala risikonya, karena ada Repository Universitas Brawijaya Repository Universitas Brawijaya harapan bahwa merek tersebut dapat memberikan suatu hasil yang positif baginya (Lau dan Lee, 2011). Menurut Lau dan Lee (2011) terdapat tiga faktor yang mempengaruhi kepercayaan konsumen terhadap suatu merek, Repository Universitas Brawijaya Repository Universitas Brawijaya Repository yaitu brand characteristic, company characteristic dan consumer-brand Repository Universitas Brawijaya Repository Universitas Brawijaya characteristic. Adanya kepercayaan konsumen terhadap merek akan Repository menciptakan rasa aman serta mengurangi persepsi konsumen akan risiko Repository Universitas Brawijaya Repository Universitas Brawijaya Repository dalam pertumbuhannya. Beberapa merek dapat memberikan keunggulan Repository Universitas Brawijaya Repository Universitas Brawijaya kompetitif karena kinerja produk (product performance). Merek dapat Repository menurunkan risiko dalam penggunaan produk. Universitas Brawijaya Repository Universitas Brawijaya Repository Universitas Brawijaya Repository Univer Konsumen dapat mempersepsikan beberapa resiko dalam membeli Repository Universitas Brawijaya Repository Universitas Brawijaya dan mengkonsumsi produk, yaitu: (1) Functional risk, produk tidak dapat Repository bekerja sesuaiharapan, (2) Physical risk, produk tersebut menimbulkan Universitas Brawijaya Repository Universitas Brawijaya Repository ancaman padakesehatan pengguna atau oranglain, (3) Financial risk, produk Repository Universitas Brawijaya Repository Universitas Brawijaya Repository tidak sepadan dengan biaya yang dibayarkan, (4) Social risk, produk Repository memalukan pengguna di mata oranglain, (5) Psychological risk, produk Repository mempengaruhi mental penggunanya, dan (6) Time risk, produk dianggap Repository Universitas Brawijaya Repository Universitas Brawijaya

Repository Universitas Brawijaya

Repositor Repository Repository Repository Repository Repositor Repositor Repository Repository Repository Repository Repository Repository Repository Repository Repositor Repository Repositor Repositor Repository Repository Repository Repositor Repository Repository Repositor Repository Repository Repository Repository Repository Repositor Repository Repositor

Repository

Repository

Repository

Repositor

Repositor Repositor

Repositor

Repositor

Repository

Repository

Repository

Repository

Repositor

Repositor

Repository

Repository

Repository

Repository

Repositor

Repositor

Repositor

Repository

Repository

Repository Repository Repository

Repository

Repository

Repository Repository

Repositor

Repositor

Repository

Repository

Repository

Repositor

Repository

Repository

Repositor

Repository

Repository Repository

Repository Repository

Repository Repository

Repositor

Repository

Repository

Repository

Repository

Repositor

Repositor

Repositor

Repositor

Repository

Repository

Repository

Repository

Repositor

Repositor

Repository Universitas Brawijaya

Repository Universitas Brawijaya

Repository Universitas Brawijaya Repository Universitas Brawijaya Repository gagalekarena opportunity cost yang di dapat tidak dapat memuaskan Repository Universitas Brawijaya Repository Universitas Brawijaya Repository penggunatas Brawijaya Repository Universitas Brawijaya Repository University Membangun dan menjaga kepercayaan pelanggan terhadap merek Repository Universitas Brawijaya kepository Universitas Brawijaya Repository sangat penting, karena merupakan kunci suksesnya hubungan jangka panjang Repository Universitas Brawijaya Repository Universitas Brawijaya Repository lantara perusahaan dengan pelanggan. Adanya kepercayaan atau trust Repository merupakan penggerak munculnya loyalitas, karena dapat menciptakan Repository Repository pertukaran hubungan yang sangat bernilai. Loyalitas konsumen mendasari Repository Universitas Brawijava Repository Universitas Brawijaya Repository hubungan yang terus-menerus dan mempertahankan hubungan yang bernilai penting yang tercipta dari adanya trust. Pelanggan yang percaya bahwa suatu Repository Un Repository Brand dapat memenuhi kinerja yang diharapkan olehnya, akan cenderung Repository Universitas Brawijaya Repository Universitas Brawijaya Repository untuk lebih sering memakai suatu merek tersebut ketimbang merek lain. Repository Universitas Brawijaya Repository Universitas Brawijaya Repository Univer Hasil penelitian ini didukung oleh hasil penelitian yang dilakukan Repository Universitas Brawijava Repository Universitas Brawijaya oleh Harum Amalun Nisa (2013), Nira Niswahtun Qonitat (2018) dan Nafisatul Fitriyah (2015), yang menunjukkan bahwa Ada pengaruh positif Repository Universitas Brawijaya Repository Universitas Brawijaya Repository dan signifikan dari masing-masing variabel yaitu *Brand Trust*, terhadap Repository Universitas Brawijaya Loyality Kecamatan Sidorejo Kota Salatiga pada pengguna Kartu Perdana Repository Telkomsel di Kota Salatiga. Repository Universitas Brawijaya Repository Universitas Brawijaya Repository Universitas Brawijaya Repository
4.5.4. Pengaruh Customer Satisfaction, Switching Cost dan Brand Trust Repository Repository Univ Terhadap Customer Loyalties secara Simultan isitas Brawijaya Repository Universitas Brawijaya Repository Universitas Brawijaya Repository Univer Hasil dari uji statistik F didapatkan nilai statistic f hitung 280.084 Repository Universitas Brawijaya Repository Universitas Brawijaya dan nilai signifikasi 0,000 dimana hasil ini lebih besar dari F tabel (2.58) pada n sebesar 45 sehingga Ho ditolak yang mana dapat disimpulkan bahwa Repository Universitas Brawijaya Repository Universitas Brawijaya

Repository Customer Satisfaction, Switching Cost dan Trust in Brand berpengaruh secara

Repository simultan terhadap Customer Loyalty. Ository Universitas Brawijaya

Repository Universitas Brawijaya Repository Universitas Brawijaya Repository Universitas Brawijaya Repository Universitas Brawijaya Repository Univer Menurut Fandy Tjiptono (2014) adalah loyalitas pelanggan sebagai Repository Universitas Brawijava Repository Universitas Brawijava Repository komitmen pelanggan terhadap suatu merek, toko, pemasok berdasarkan sikap Repository U yang sangat positif dan tercermin dalam pembelian ulang yang konsisten. Kepository Universitas Brawijaya Repository Loyalitas sebagai perilaku dan loyalitas sebagai sikap. Dengan kata lain, Repository Universitas Brawijaya Repository Universitas Brawijaya Repository loyalitas dapat ditinjau dari merek produk/jasa apa yang dibeli konsumen dan Brawijaya bagaimana perasaan (sikap konsumen) terhadap merek tersebut. Repository Universitas Brawijaya Repository Universitas Repository atau kecewa seseorang yang muncul setelah membandingkan antara persepsi Repository Universitas Brawijaya Repository atau kesannya terhadap kinerja berada di bawah harapan, pelanggan tidak Repository Universitas Brawijaya Repository Universitas Brawijava Repository puas. Tapi, jika kinerja melebihi harapan, pelanggan amat puas dan senang. Jika kinerja yang dirasakan di bawah harapan, pelanggan tersebut akan Repository merasa dikecewakan, jika kinerja memenuhi harapan pelanggan, pelanggan Repository Universitas Brawijaya Repository Universitas Brawijaya Repository akan merasa puas, sedangkan jika kinerja melebihi harapan maka pelanggan akan merasa sangat puas. Kepuasan ini tentu akan dapat dirasakan setelah Repository Repository pelanggan yang bersangkutan mengkonsumsi produk tersebut. Brawijaya Repository Universitas Brawijaya Repository Universitas Brawijaya Repository Univer Salah satu unsur strategis yang dapat mengarahkan perusahaan pada kinerja yang baik adalah customer switching cost. Switching cost telah Repository diidentifikasi sebagai faktor yang mempunyai peran dalam mempertahankan Repository Universitas Brawijaya Repository Universitas Brawijaya Repository hubungan antara perusahaan dengan pelanggan (Colgate dan Lang, 2011). yang dikeluarkan oleh konsumen karena Switching cost adalah biaya Repository berpindah ke produk atau jasa yang lain, yang tidak akan dialami jika Repository Universitas Brawijaya Repository Universitas Brawijaya Repository konsumen tetap setia dengan produk atau jasa yang dipakai saat ini (Lee, Lee, Repository Universitas Brawijaya Repository Universitas Brawijaya Repository Un Repository Universitas Brawijaya Repository Universitas Brawijaya

Repositor

Repository

Repository

Repository

Repository

Repositor

Repositor

Repository

Repository

Repository

Repository Repository

Repository Repository Repository

Repositor

Repository

Repositor

Repositor

Repository Repository

Repository

Repositor

Repository

Repository Repository Repository

Repository

Repository

Repository Repository Repository

Repository

Repositor

Repository

Repository

Repository Repository

Repository Repository

Repository Repository

Repository

Repository

Repository

Repository

Repositor

Repositor

Repository Universitas Brawijaya

Repositor

Repository

Repository

Repository

Repository

Repository

Repositor

Repository

Repository

Repository Repository

Repositor Repository

Repository

Repository

Repositor

Repository

Repositor

Repositor

Repository Repository

Repository

Repositor

Repository

Repository

Repositor Repository

Repository Repository

Repositor

Repository

Repositor

Repository

Repositor

Repository

Repository

Repository

Repository

Repository

Repositor Repositor

Repositor

Repository

Repository

Repository

Repository

Repositor

Repositor

Repository

Repository

Repository

Repository Universitas Brawijaya

Repository Universitas Brawijaya Repository Universitas Brawijaya Repository Universitas Brawijaya Repository Universitas Brawijaya Repository University Switching cost biasanya tidak keluar langsung setelah berpindah Repository Universitas Brawiiava Repository Universitas Brawijava Repository produk yang lain, tetapi biasanya pelanggan merasakannya setelah beberapa lama mereka berpindah. Pelanggan merasa puas atau tidak puas dan kemudian Universitas Brawijaya Kepository Universitas Brawijaya Repository menyatakan tidak layak untuk beralih, ketika pelanggan mungkin merasakan Repository Universitas Brawijaya Repository Universitas Brawijaya Repository hambatan dalam berpindah seperti munculnya biaya pencarian, biaya transaksi, biaya untuk belajar, kehilangan diskon pelanggan setia, kebiasaan Repository pelanggan, biaya emosional dan upaya kognitif, ditambah dengan risiko Repository Universitas Brawijaya Repository Universitas Brawijaya Repository keuangan, sosial, dan psikologis dari pihak pembeli (Fornell 2012).

Repository University in brand atau kepercayaan pelanggan terhadap merek adalah Repository Universitas Brawijaya Repository kemauan konsumen mempercayai merek dengan segala risikonya, karena ada Repository Universitas Brawijaya Repository Universitas Brawijaya Repository harapan bahwa merek tersebut dapat memberikan suatu hasil yang positif baginya (Lau dan Lee, 2011). Menurut Lau dan Lee (2011) terdapat tiga Repository faktor yang mempengaruhi kepercayaan konsumen terhadap suatu merek, Repository Universitas Brawijaya Repository Universitas Brawijaya Repository yaitu brand characteristic, company characteristic dan consumer-brand Repository characteristic. Adanya kepercayaan konsumen terhadap merek akan Repository menciptakan rasa aman serta mengurangi persepsi konsumen akan risiko Repository Universitas Brawijaya Repository Universitas Brawijaya Repository (dalam pertumbuhannya. Beberapa merek dapat memberikan keunggulan Repository kompetitif karena kinerja produk (*product performance*). Merek dapat Repository Imenurunkan risiko dalam penggunaan produk. Universitas Brawijaya

Repository Univer Hasil penelitian ini didukung oleh hasil penelitian yang dilakukan Repository Universitas Brawijaya Repository Universitas Brawijaya Repository oleh Harum Amalun Nisa (2013), Nafisatul Fitriyah (2015) dan Nira Repository Universitas Brawijaya Repository Universitas Brawijaya Niswahtun Qonitat (2018), yang menunjukkan bahwa secara simultan Customer Satisfaction, Switching Cost dan Brand Trust berpengaruh Repository Isignifikan terhadap Customer Loyalties. Itory Universitas Brawijaya Repository Universitas Brawijaya Repository Universitas Brawijaya

Repository Universitas Brawijaya

Repository Universitas Brawijaya

Repository Universitas Brawijaya

Repository Universitas Brawijaya

Repository Universitas Brawijaya



Repositor Repository Repository Repository Repository Repository Repositor Repository Repository Repository Repository Repository Repository Repository Repository Repositor Repository Repositor Repositor Repository Repository Repository Repositor Repository Repository Repositor Repository Repository Repository Repository Repository Repositor Repository Repositor Repositor Repository Repository Repository Repositor Repositor Repositor Repository

Repository Universitas Brawijaya Repository Universitas Brawijaya Repository Universitas Brawijaya Repository Universitas Brawijaya Repository Universitas Brawij **DAFTAR PUSTAKA** Universitas Brawijaya Repository Universitas Brawijaya Repository Universitas Brawijaya Abu Bakar. 2010. Analisis Pengaruh Customer Satisfaction, Switching Cost, Dan Repository Trust in Brand Terhadap Customer Retention. Jurnal Ekonomi Repository Umanajemen. Universitas Diponegoro. Semarang. Versitas Brawijaya

Repository Universitas Brawijaya Repository Universitas Brawijaya Ahmed, S., Khan, A., Khan, S., & Noushadi, S. (2014). Early Marriage: A Root of Current Physiological and Psychososial Health Burdens. International Journal of Endorsing Health Science Research, 2(1), 50-53.

Ali Hasan, 2013. Marketing, Cetakan Pertama. Yogyakarta: Media Pressdindo Repository Universitas Brawijaya Repository Universitas Brawijaya Amin Widjaja Tunggal. (2013). Pokok-pokok Auditing dan Jasa Asurans. Jakarta: Repository UHarvindoas Brawijaya Repository Universitas Brawijaya

Anwar Sanusi, 2011. Metodologi Penelitian Bisnis Jakarta. Salemba empat

Repository Universitas Brawijaya Repository Universitas Brawijaya Reposi Astini, Rina., 2011, Analisis Pengaruh Kualitas Pelayanan dan Customer Delight (Kesenangan Konsumen) terhadap Loyalitas Konsumen Klenger Burger (PT. KAN). Jakarta: Universitas Bina Nusantara.

Bastian, Danny Alexander. 2014. Analisa Pengaruh Citra Merek (Brand Image) dan Kepercayaan Merek (Brand Trust) Terhadap Loyalitas Merek (Brand Loyalty) ADES PT. Ades Alfindo Putra Setia. Jurnal Manajemen Repository Upemasaran Petra. Vol. 2, No. 1, Hh. 1-9 ory Universita's Brawijaya

Repository Universitas Brawijaya Repository Universitas Brawijaya Reposi Bilika, F., Safari, M., Mansori, S., 2016. Service Quality and Customer Satisfaction in Mozambique Banking System. Journal of Marketing Repository Management and Consumer Behavior, Vol. 1. Universitas Brawijaya

Buchari, Alma. 2014. Manajemen Pemasaran dan Pemasaran Jasa. Bandung: Repository Universitas Brawijaya Repository Universitas Brawijaya

Reposi Bulan, T. P. L. (2016). "Pengaruh Kualitas Pelayanan dan Harga terhadap Wilaya Repository Loyalitas Konsumen pada PT Tiki Jalur Nugraha Ekakurir Agen Kota Repository | Langsa''. Jurnal Manajemen dan Keuangan 5:2. 592–602. Brawijaya

Cooper, D.R. dan Schindler, P.S. 2014. Business Research Methods. New York: Repository University Brawijaya Repository Universitas Brawijaya Repository Universitas Brawijaya Repository Universitas Brawijaya

Reposi Dharmmesta, Basu Swastha. 2011. Materi Pokok Manajemen Pemasaran, Edisi Repository | Kedua Cetakan Pertama. Jakarta: Universitas Terbuka. | Brawijaya

Evelina, Nela, DW, Handoyo, & Listyorini, Sari. 2012. Pengaruh citra merek, kualitas produk, harga dan promosi, terhadap keputusan pembelian kartu perdana Telkomflexi (Kudus). Universitas Diponegoro. Semarang. Hal i. Repository Universitas Brawijaya Repository Universitas Brawijaya

> Repository Universitas Brawijaya Repository Universitas Brawijaya

Repository Universitas Brawijaya Repository Universitas Brawijaya Repository Universitas Brawijaya Repository Repository Repository

Repositor

Repository Repositor

Repositor Repository

Repository Repository Repository

Repositor Repository

Repository Repository

Repositor Repository Repositor

Repositor Repository

Repository Repository

Repositor Repository

Repository Repositor Repository

Repository Repository Repository

Repository Repository Universitas Brawijaya Repository Universitas Brawijaya Repositor

> Repository Repositor

Repository Repository

Repository Repositor

Repositor Repositor

Repositor Repositor

Repository Repository

Repository Repository

Repositor Repositor

Repository Universitas Brawijaya

Repository Universitas Brawijaya

Repository Universitas Brawijaya Repository Universitas Brawijaya Repositor Repository Universitas Brawijaya Repository Universitas Brawijaya Repository Reposi Fandy Tjiptono 2014, Strategi Pemasaran, edisi kedua, cetakan ketujuh. Repository Repository U Yogyakarta: Andi Offset a Repository Universitas Brawijaya Repository Gaffar, Vanessa. 2011. Costumer Relationship Management and Marketing Repository Repositor Public Relation. Terjemahan. Bandung: Alfabeta. Repositor Gee, R., Coates, G., and Nicholson, M. 2008. Understanding and Profitably Repositor Repository Umanaging Customer Loyalty, Marketing Intelligence and Planning, 26 (4) Repository Repository Ur. 359-374as Brawijaya Repository Universitas Brawijaya Repository Ghozali, Imam. 2018. Aplikasi Analisis Multivariate Dengan Program SPSS. Repository Repositor Semarang: Badan Penerbit Universitas Diponegoro. Repository Reposit Greogy Moorhead dan Ricky W. Griffin.2013." Perilaku Organisasi Manajemen Repositor Repository Usumber Daya Manusia dan Organisasi "edisi 9. Jakarta.Salemba empa Repositor Repository Universitas Brawijaya Repository Universitas Brawijaya Repository Hamka. 2010, Pengaruh Trust In Brand Terhadap Brand Loyalty Pada Konsumen Repository Air Minum AQUA Di Kota Ambon. Staff Pengajar FAPERTA UMMU, Repositor Ternate. Inversitas Brawijaya Repository Universitas Brawijaya Repositor Reposi Handi Irawan. 2012. Sepuluh Prinsip Kepuasan Pelanggan. Jakarta: PT Elex Jaya Repositor Repository UMedia Komputindo. Jaya Repository Universitas Brawijaya Repository Repository Universitas Brawijaya Repository Universitas Brawijaya Repository Hansemark & Albinsson, 2014, Customer Satisfaction and Retention:The Repositor Experiences of Individual Employees, Managing Service Quality, 40. Repository Husodo, W.R. (2015). Pengaruh kepuasan pelanggan terhadap loyalitas pelanggan Repositor pada objek wisata dumilah water park Madiun. Jurnal Pendidikan Repositor Repositor Repository Ekonomi, 3(2), 176-190. Repository Universitas Brawijaya Repository Universitas Brawijaya Repository Universitas Brawijaya Reposit Hutapea, Katrin Evalastri., Paham Ginting dan Sutarman. 2017. Pengaruh Wijaya Repository Repository Kepuasan Terhadap Loyalitas Dengan Switching Cost Sebagai Variabel Repository Intervening Pada Pelanggan Provider Prepaid Telkomsel Di Kota Medan. Repository Jurnal Konsep Bisnis dan Manajemen. Vol 3 No. 1 2017. Repositor Reposit Ishak, Lutfi. 2011. Pengaruh Kepuasan dan kepercayaan Konsumen terhadap aya Repositor Repository Loyalitas: Studi tentang peran mediasi switching cost. Journal of Siasat Repositor Repository UBisnis Vol 15 No 1: 55-66 Repository Universitas Brawijaya Repository Repository Universitas Brawijaya Reposit Jerry C. Olson dan Peter J. Paul. 2014. *Perilaku konsumen dan strategi* Repository Repository Repository *pemasaran. Edisi Sembilan*. Jakarta: Salemba Empat. Repositor Reposit Khotimah, Lufi Khusnu. 2017. Pengaruh Kepercayaan Merek, Kepuasan Wilaya Repositor Repository UKonsumen, dan Switching Cost Terhadap Loyalitas Pelanggan (Studi aya Repositor Repository UKasus pada Mahasiswa Pengguna Handphone Merek Samsung Prodi Jaya Repositor Repository U Manajemen Fakultas Ekonomi di Universitas Muhammadiyah Jember). Repositor Repository Universitas Brawijaya Repository Universitas Brawijaya Repository Repository Universitas Brawijaya Repository Universitas Brawijaya Repository Repository Universitas Brawijaya Repository Universitas Brawijaya Repository

Repository Universitas Brawijaya

Repository Universitas Brawijaya

Repository Universitas Brawijaya

Repository

Repositor

Repository Universitas Brawijaya

Repository Universitas Brawijaya

Repository Universitas Brawijaya Repository Universitas Brawijaya Repository Universitas Brawijaya Repository Universitas Brawijaya Repository Uskripsi. Program Studi Manajemen Fakultas Ekonomi, Universitas Wilaya Repository Muhammadiyah Jember, (Jurnal Penelitian Tidak Dipublikasikan). Kotler, Philip and Kevin Lane Keller, (2016): Marketing Management, 15th Edition New Jersey: Pearson Pretice Hall, Inc. Kotler, Philip., Keller, Kevin L. (2013). Manajemen Pemasaran, Jilid Kedua, Repository UJakarta: Erlangga: Wijaya Repository Universitas Brawijaya Repository Universitas Brawijava Repository Universitas Brawijaya M. Jeffry Fajar Putra. 2013. Pengaruh Kepercayaan Merek (Trust in Brand) Terhadap Loyalitas Merek (Brand Loyalty) Pada Pengguna Sim Card *Merek IM3* (Studi Pada Mahasiswa Strata-1 Universitas Brawijaya). Malhotra, Naresh H (2014). Riset Pemasaran Pendekatan Terapan. Jakarta : Repository Universitas Brawijaya Repository Ugramediaas Brawijaya Repository Universitas Brawijaya Repository Universitas Brawijaya Mowen, John C dan Minor, Micheal. 2012. Perilaku Konsumen dialih bahasakan Repository *Joleh Dwi Kartika Yahya.* Jakarta: Erlangga. Universitas Brawijaya Natasha a Rascon dan Stephen W. Littlejohn. 2017. Management of Meaning Repository U(CMM) yang Dikoordinasi: Manual Penelitian. Jakarta: Salemba WJaya Repository Unimanikas Brawijaya Repository Universitas Brawijaya Repository Universitas Brawijaya Repository Universitas Brawijaya Reposi Nazir M. 2013. Metode Penelitian. Jakarta: Ghalia Indonesia Brawijaya Reposit Ningsih, Sri Minarti. 2014. "Pengaruh Customer Satisfaction, Switching Cost dan Trust in Brand terhadap Customer Loyalty pada pengguna Kartu Prabayar Repository IM3 Di Kota Depok. Journal Social and Behavioral Sciences. Repository Universitas Brawijaya Repository Universitas Brawijaya Nisa, Harum Amalun, Naili Farida dan Reni Shinta Dewi, 2013, "Pengaruh Kepercayaan Merek, Switching Cost, Dan Kepuasan Konsumen Terhadap Loyalitas Konsumen (Studi Pada Pengguna Ponsel Nokia Pada Mahasiswa FISIP Universitas Diponegoro Angkatan 2010 Sampai 2012)", Diponegoro Journal Of Social And Politic, Tahun 2013, Hal 1-8. Reposit Oliver, Richard. 2010. Whence Consumer Loyalty" Journal of Marketing" Repository U*vol.63*sitas Brawijaya Repository Universitas Brawijaya Repository Universitas Brawijaya Repository Universitas Brawijava Paul, Justin.dkk. 2015. "Predicting green product consumption using theory of planned behaviour and reasoned action". Journal of Retailing and Consumer Services, 29: 123-134 Reposit Robinette, Scott dan Claire Brand. 2011. Emotion Marketing. Terjemahan. Jakarta Repository U: Mc.Grow Hill Book Company, epository Universitas Brawijaya Repository Universitas Brawijaya Repository Universitas Brawijaya Santoso, S. (2010). Mastering SPSS 18. Jakarta: PT Elex Media Komputindo Repository Universitas Brawijaya Repository Universitas Brawijaya

Repository

Repositor

Repository

Repository

Repository Repository

Repository Repository

Repository

Repository

Repository

Repositor

Repository

Repository

Repository

Repositor

Repository

Repositor

Repositor

Repositor

Repository

Repository

Repositor

Repository

Repository

Repositor

Repositor

Repository

Repository

Repository

Repository

Repositor

Repositor

Repositor

Repository

Repository

Repository

Repositor

Repositor

Repositor

Repositor

Repository

Repository

Repository

Repositor

Repository

Repositor

Repositor

Repository Universitas Brawijaya

Repository Universitas Brawijaya Repository Universitas Brawijaya Repository Universitas Brawijaya Repository Universitas Brawijaya Reposi Saputro, Hendry Dwi.2013. Membangun Loyalitas Pelanggan Melalui Kualitas / a Produk, Harga Dan Pelayanan Pada Toko Bangunan Indah Kiat Gemilang Repository Universitas Brawijaya Sekaran, Uma dan Bougie, R. 2017. Metode Penelitian untuk Bisnis Pendekatan Pengembangan-Keahlian. Jakarta. Salemba Empa niversitas Brawijaya Reposi Sugiyono. (2017). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D*. Bandung: Repository Universitas Brawijaya Repository UAlfabeta, CV Brawijaya Sugiyono. 2014. Metode Penelitian Pendidikan Pendekatan Kuantitatif, Kualitatif Dan R&D. Bandung: Alfabeta. Repository Universitas Brawijaya Sunyoto, Danang. 2013. Perilaku Konsumen. Yogyakarta: Center of Academic Repository Upublishing Service (APS) Repository Universitas Brawijaya Repository Universitas Brawijaya Sutisna, 2012. Perilaku Konsumen dan Komunikasi Pemasaran, Edisi Ke dua. Repository Universitas Brawijaya Reposii Sutisna. 2013. Perilaku Konsumen dan Komunikasi Pemasaran. Jakarta: Erlangga. Repository Universitas Brawijaya Repository Universitas Brawijaya Suwono, L.V., Sihombing, S.O., 2016. Factors Affecting Customer Loyalty of Fitness Centers: An Empirical Study. Jurnal Dinamika Manajemen. Vol. 7. Reposit Teimouri, H., Fanae, N., Jenab, K., Khoury, S., Moslehpour, S., 2016. Studying Repository Uthe Relationship between Brand Personality and Customer Loyalty: A ava Repository Case Study of Samsung Mobile Phone. International Journal of Business Repository Uand Management. Vol. 11, 1. Wicaksono, B.S., 20 Versitas Brawijaya Repository Universitas Brawijaya Repository Universitas Brawijaya Zeithaml, V.A., M.J. Bitner, D.D. Gremler, 2013. Services Marketing: Integrating Customer Focus Across the Firm 6 thed. Boston: Mc.Graw-Hill. Reposi Zulian, Yamit, 2010. Manajemen Kualitas Produk & Jasa, Vol. Edisi Pertama. Repository UEKONISIA: Yogyakarta. Repository Universitas Brawijaya Repository Universitas Brawijaya

Repository Universitas Brawijaya

Repository Universitas Brawijaya

Repository Universitas Brawijaya

Repository Universitas Brawijaya

Repositor Repositor Repository Repository Repository Repositor Repositor Repository Repository Repository Repository Repositor Repository Repository Repository Repositor Repository Repositor Repositor Repositor Repository Repository Repositor Repository Repository Repositor Repository Repository Repository Repository Repository Repositor Repository Repositor Repository Repository Repository Repositor Repositor Repository Repositor Repository Repository Repository Repository Repository

Repositor

Repository Universitas Brawijaya

Repository Universitas Brawijaya Repository Universitas Brawijaya Repository Universitas Brawijaya Repository Universitas Brawijaya Repository Universitas Brav**Lampiran-Lampiran**niversitas Brawijaya Repository Universitas Brawijaya Repository Universitas Brawijaya Reposit**⊾ampiran**4rsitas Brawijaya Repository Universitas Brawijaya Repository Universitas Brawijaya Repository Universitas Brawijaya Repository Universitas Brakueşioner PENELITIAN iversitas Brawijaya Repository Universitas Brawijaya Reposit Yth. Bapak/ Ibu/ Saudara/i Pengguna Kartu Perdana Telkomsel (1888) Brawijaya Repository Universitas Brawijaya Repository Unengan hormat, awijaya Repository Universitas Brawijaya Repository Universitas Brawijaya Repository Universitas Brawijaya Renosio Mama saya Cahyo Aji Wicaksono, Mahasiswa S-1 Jurusan Manajemen Reposi Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Brawijaya Malang, yang saat ini sedang melakukan penelitian tentang Pengaruh Customer Satisfaction, Switching Cost, Reposition Trust in Brand terhadap Customer Loyalty (Studi pada pengguna kartu Pero perdana Telkomsel di Kota Malang). Meminta kesediaan Saudara/i berkenan Reposit meluangkan waktu untuk menjawab kuesioner ini dalam rangka penyusunan tugas akhir sebagai salah satu syarat untuk menyelesaikan program Sarjana (S1). Saya berharap Saudara/i dapat mengisi kuesioner ini secara obyektif sesuai dengan pengalaman Anda selama menggunakan kartu perdana Telkomsel. Hasil Reposi dari kuesioner ini bersifat rahasia dan hanya digunakan untuk kepentingan Repositorelitian/ersitas Brawijaya Repository Universitas Brawijaya Repository Universitas Brawijaya Repository Universitas Brawijaya Repository Atas ketersediaan dan kerjasama Saudara/i, saya ucapkan terima kasih. va Repository Universitas Brawijaya Penulis Repository Universitas Brawijaya Repository Univ Cahyo Aji Wicaksono Repository Universitas Brawijaya Repository Universitas Brawijaya

Repositor Repository Repository Repository Repository Repositor Repositor Repository Repository Repository Repository Repository Repository Repository Repository Repositor Repository Repositor Repositor Repository Repository Repository Repositor Repository Repository Repositor Repository Repository Repositor Repository Repository Repositor Repository Repositor Repository Repository Repository Repositor Repositor Repository Repositor Repositor Repository Repository Repository

Repository

Repositor

Repositor

Repository Universitas Brawijaya

Repository Universitas Brawijaya Repository Universitas Brawijaya Repository Universitas Brawijaya Repository Universitas Brawijaya Reposit DATA RESPONDEN rawijaya Repository Universitas Brawijaya Repository Universitas Brawijaya Repository Universitas Brawijaya Ren Mohon untuk mengisi titik-titik di bawah ini dan berikan tanda silang (X) pada poin jawaban yang Anda anggap paling sesuai. Repository Universitas Brawijaya Repository Universitas Brawijaya Repository Universitas Brawijaya Repository Universitas Brawijaya RepdsitNama:Iniversitas Brawijaya Repository Universitas Brawijaya Rep3. It Jenis Kelamin: Itas Brawijaya Repository Universitas Brawijaya Repository Universitas Brawijaya Repository Universitas Brawijaya Repositar Laki-laki-rsitas Brawijaya Repository Universitas Brawijaya 4. Pendidikan Terakhir: Brawijaya Repository Universitas Brawijaya Repository Universitas Brawijaya Repository Usbersitas Brawijaya_{SMA}Repository eLs2iversitas Brawijaya Repository Universitas Brawijaya Repository Universitas Brawijaya Repositoby USMBrsitas Brawijalya 1 Repositoryf Siversitas Brawijaya Repository Universitas Brawijaya Repository Universitas Brawijaya Repository Universitas Brawijaya Repository Universitas Brawijaya d. Pegawai Swasta versitas Brawijaya Repositoa. U Pelajar/Mahasiswa Vijaya Repository Universitas Brawijaya Repository Universitas Brawijaya Repositoby U.Wiraswastas Brawijaya e. Ibu Rumah Tangga rsitas Brawijaya Repository Universitas Brawijaya f. Lain-lain.....(Sebutkan) Repository Universitas Brawijaya Repository Universitas Brawijaya Repository Universitas Brawijaya Repository Universitas Brawijaya Rep 6. Penghasilan perbulan: Penghasilan perbulan: Repository Universitas Brawijaya Repository Universitas Brawijaya Repositoa, U<Rp.1.000.000,-wijaya c. Rp. 3.000.001,- s/d Rp. 5.000.000,-Repository Universitas Brawilava Repository Universitas Brawijaya Repository d. > Rp. 1.000.001,- s/d 3.000.000,-Repository d. > Rp. 5.000.001,-awijaya Rep 7. Apakah Anda telah melakukan pembelian produk Telkomsel lebih dari 2 kali? Va Repository Universitas Brawijaya Repository Universitas Brawijaya Repositoay UrYaversitas BrawijabyaTidaRepository Universitas Brawijaya Repository Universitas Brawijaya Repository Universitas Brawijaya *Jika jawaban Anda **Ya** silahkan lanjutkan mengisi kuesioner di bawah ini, jika jawaban Repository Universitas Brawijaya Repository Universitas Brawijaya Anda Tidak maka Anda boleh untuk tidak melanjutkan mengisi kuesioner di bawah ini. Repository Universitas Brawijaya

Repository Universitas Brawijaya Repository Universitas Brawijaya Repository Universitas Brawijaya Repository Universitas Brawijaya Repository Universitas Brawijaya Repository Universitas Brawijaya Repository Universitas Brawijaya Repository Universitas Brawijaya Repository Universitas Brawijaya Repository Universitas Brawijaya Repository Universitas Brawijaya Repository Universitas Brawijaya

Repository Universitas Brawijaya Repository Universitas Brawijaya Repository Universitas Brawijaya Repository Universitas Brawijaya Repository Universitas Brawijaya Repository Universitas Brawijaya Repository Universitas Brawijaya Repository Universitas Brawijaya Repository Universitas Brawijaya

Repository Universitas Brawijaya

Repositor Repository Repository Repository Repository Repository Repositor Repositor Repository Repository Repository Repository Repository Repository Repository Repository Repository Repositor Repositor Repository Repository Repository Repositor Repository Repository Repositor Repository Repository Repository Repository Repository Repositor Repositor Repositor Repositor Repository Repository

Repository

Repositor

Repositor

Repositor

Repository

Repository

Repository

Repository

Repository

Repositor

Repository Universitas Brawijaya

| | | | 110 |
|--------------|---|--|----------------------------|
| Repository (| Jniversitas Brawijaya | , , | Universitas Brawijaya |
| Repository I | Universitas Brawijaya | Repository | Universitas Brawijaya |
| Repositoart | TAR PERTANYAAN aya | Repository | Universitas Brawijaya |
| Repository I | Universitas Brawijaya | Repository | Universitas Brawijaya |
| Repository I | Beri tanda centang (✓) pa | ada kolom yan | g Anda pilih sesuai dengan |
| Repositoring | alaman Anda selama mengguna | akan Telkomsel. | Universitas Brawijaya |
| Repository (| Jniversitas Brawijaya | Repository | Universitas Brawijaya |
| | anganersitas Brawijaya | | Universitas Brawijaya |
| | Jniversitas Brawijaya | The second secon | Universitas Brawijaya |
| | SS/ers: Sangat Setuju va | 1 / | : Tidak Setujus Brawijaya |
| 1 1 | Universitas Brawijaya | 4 | Universitas Brawijaya |
| | J Siversi Setuju rawijaya | | : Sangat Tidak Setuju |
| | 2 2 | | Universitas Brawijaya |
| Repository I | Jniversitas Brawijaya Jniversitas Brawijaya | | Universitas Brawijaya |
| | Jniversitas Brawijaya | 1 0 | Universitas Brawijaya |
| | Jniversitas Brawijaya | , , | Universitas Brawijaya |
| Repositon. | | | Universitas Brawijaya |
| Repository I | Jniversitas Brawijaya | Repository | Universitas Brawijaya |
| Repository I | 2 1 (4 20 10 11 | Repository | STS TS N S SS |
| Repository I | Customer Satisfaction ya Iniversitas Brawijaya | | Universitas Brawijaya |
| Repository I | | esuai dengan | Universitas Brawijaya |
| Repository (| | | Universitas Brawijaya |
| Repository I | harapan yang saya inginkan. | | Universitas Brawijaya |
| Repository t | Kartu seluler saya saat ini le | FD | Universitas Brawliava |
| Repository I | Kartu seluler saya saat ilii le | Repository | Universitas Brawijaya |
| Repository (| keinginan dibandingkan kart | u seluler yang | Universitas Brawijaya |
| 3 V | J lain ersitas Brawijaya | property and the second second second | Universitas Brawijaya |
| Repository I | Iniversitas Brawijaya | | Universitas Brawijava |
| Reposito3y | Secara keseluruhan saya | puas dengan | Universitas Brawijaya |
| Repository I | | omsel sebagai | Universitas Brawijaya |
| Repository I | kartu seluler saya. Wijaya | × 4 | Universitas Brawijaya |
| 1 1/ | Jniversitas Brawijaya | | Universitas Brawijaya |
| | Jniversitas Brawijaya | | Universitas Brawijaya |
| , , | Jniversitas Brawijaya | 4 | Universitas Brawijaya |
| | Jniversitas BPertanyaan | | UniverJawabanawijaya |
| | Jniversitas Brawijaya | | Universitas Brawijaya |
| Repositors (| Switching Cost rawijava | Repository | |
| 7 | Jniversitas Brawijaya | F | Universitas Brawijaya |
| Repository (| Akan sulit bagi saya untu | | |
| Repository (| | | Universitas Brawijaya |
| Repository I | operator baru. Brawijaya | * 1 | Universitas Brawijaya |
| | operator baru. Iniversitas Brawijaya | | Universitas Brawijaya |
| | Jniversitas Brawijaya | The second secon | Universitas Brawijaya |
| | Universitas Brawijaya | , | Universitas Brawijaya |
| | Universitas Brawijaya | | Universitas Brawijaya |
| , , | Universitas Brawijaya | | Universitas Brawijaya |
| Donocitory (| Iniversites Provideva | Donociton | Universitae Pravilava |

Repository Universitas Brawijaya

Repository Universitas Brawijaya

Repository Repositor Repository Repository Repository Repository Repository Repository

Repositor

| l | | | | 111 |
|--------------|---|--------------------------|------------------------------|---------------------|
| | Jniversitas Brawijaya | Repository | Universita | s Brawijaya |
| Repository (| Jniversitas Brawijaya | Repository | Universita | s Brawijaya |
| Repository (| Ada kemungkinan layanan | dari operator | Universita | s Brawijaya |
| Repository I | lain tidak bekerja sesuai yang | diharapkan. | Universita | s Brawijaya |
| Repository I | Jniversitas Brawijaya 🌷 | Repository | Universita | s Brawijaya |
| Repository t | Untuk beralih ke operator selu | ler baru, saya | Universita | s Brawijaya |
| Repository (| perlu membandingkan laya | Repository man dengan | Universita | s Brawijaya |
| Repository (| universitas brawijaya | Repository | Universita | s Brawijaya |
| Repository I | operator yang lama. | Repository | Universita | s Brawijaya |
| Repository I | Iniversitas Brawijaya | Repository | Universita | s Brawijaya |
| Repository I | Perlu waktu tambahan bagi | saya untuk | Universita | s Brawijaya |
| Repository I | mempelajari layanan dari oper | rator baru. | Universita | s Brawijaya |
| Repository I | Jniversitas Brawijaya | Repository | Universita | s Brawijaya |
| Repository I | Berpindah ke operator lain aka | an menambah | Universita | s Brawijaya |
| Repository (| biaya yang lebih mahal. ya | Repository | Universita | s Brawijaya |
| Repository (| Jniversitas Brawijaya | Repository | Universita | s Brawijaya |
| Repository I | Jniversitas Brawijaya | Repository | Universita | s Brawijaya |
| Repository I | Jniversitas Brawijaya | Repository | Universita | s Brawijaya |
| RepositoNo-I | Iniversitas B Pertanyaan | Repository | UniverJaw | aban awijaya |
| Repository I | Iniversitas Brawijaya | Repository | Universita | s Brawijaya |
| Repository (| Iniversitas Trust In Brand | Repository | STS ive TS ita | N BrawijaSa |
| Repository I | Iniversitas Brawijaya | Repository | Universita | s Brawijaya |
| Repository I | Saya yakin kartu Telkoms | sel memiliki | Universita | s Brawijaya |
| Repository (| reputasi yang bagus. | Repository | Universita | s Brawijaya |
| Repository I | Iniversitas Brawijaya | Repository | Universita | s Brawijaya |
| Repositol ! | Saya percaya PT. Telkomse | l merupakan | Universita | s Brawijaya |
| Repository I | perusahaan yang baik dan men | miliki produk | Universita | s Brawijaya |
| Repository (| yang bermutu.Brawijaya | Repository | Universita | s Brawijaya |
| Repository (| Jniversitas Brawijaya | Repository | Universita | 200 |
| Repository 1 | Saya mempercayai kartu Te | lkomsel atas | Universita | s Brawijaya |
| Repository I | dasar keseluruhan manfaat | Renository | Universita | s Brawijaya |
| Repository (| Jniversitas Brawijaya | Repository | Universita | s Brawijaya |
| Repository I | dapatkan, dapat memenuhi kel | butuhan saya. | Universita | s Brawijaya |
| Repository I | Jniversitas Brawijaya | Repository | Universita | s Brawijaya |
| Repository I | Jniversitas Brawijaya | Repository | Universita | s Brawijaya |
| Repository I | Iniversitas Brawijaya | Repository | Universita | s Brawijaya |
| Repository I | Iniversitas Brawijaya | Repository | Università | aban s Brawijaya |
| Repository, | Injugacitae Drawijava | Panaeltan | Universita | e Brawijava |
| | Customor I qualt | Trahosimi A | CAC ALCALO | M mis consistence |
| Repository (| Iniversitas Customer Loyalt Iniversitas Brawijaya | Repository | STS TS TS | grand, 31 F |

| Repository | Universitas | Pertanyaan | Repository | Universitas Brawijaya |
|--------------------------|----------------------------|-----------------|-----------------------------------|--|
| Repository | I for to an analysis of | Customer Loval | tyRepository Repository | STS VETS I A DI SWISSA Universilas Brawiaya |
| Repositor2. | Saya bersedi | a berlangganan | dalam jangka | Universitas Brawijaya |
| Repository Repository | panjang deng | an kartu Telkon | Repository nsel. Repository | Universitas Brawijaya Universitas Brawijaya |
| Repository | Universitas | Brawijaya | Repository | Universitas Brawijaya |
| 1 / | Universitas Universitas | 0 0 | | Universitas Brawijaya Universitas Brawijaya |
| | Universitas Universitas | V 17 | 18" | Universitas Brawijaya Universitas Brawijaya |
| | | | | |

Repository Universitas Brawijaya Repository Universitas Brawijaya

Repository Repository

Repository

Repository Repository Repository Repository

Repository

Repository

Repository

Repository

Repository

Repository Repository

Repository

Repository Universitas Brawijaya Repository Universitas Brawijaya Reposit 13. Saya bersedia melakukan pembelian ulang Repository untuk produk-produk Telkomsel, meskipun Repository pesaing menawarkan promo yang lebih Repository menarikitas Brawijaya Repository niversitas Brawijava Repository Saya akan merekomendasikan dan Repositol4 menyarankan produk Telkomsel kepada Repository Repository orang lain agar menggunakan serta Repository melakukan pembelian ulang produk dari Repository Telkomsel.s Brawijaya Repository Repository Universitas Brawijava Repository Universitas Brawijaya Repository Universitas Brawijaya

Repository Universitas Brawijaya

Universitas Brawijaya Universitas Brawijaya Universitas Brawijava Repository Universit as F Repository Universitas Brawijaya Repository Universitas Brawijaya

Repository Universitas Brawijaya

Repository Universitas Brawijaya

Universit

Repositor

Repositor

Universitas Brawijaya

Universitas Brawijaya

Universitas Brawijaya

Universitas Brawijaya

Universitas Brawijaya

as E

Universitas Brawijaya

Universitas Brawijaya

Universitas Brawijaya

trawijava

Repositor Repository Repository Repository Repository Repository Repositor Repositor Repository Repository Repository Repository Repository Repository Repository Repositor Repository Repositor Repository Repository Repository Repository Repository Repository Repository Repositor Repository Repository Repository Repository Repository Repositor Repository Repository Repository Repository Repository Repository Repositor Repositor Repositor Repository Repository Repository Repository Repository

Repositor

Repository Universitas Brawijaya Repository Universitas Brawijaya Reposit**rambiranez** sitas Brawijaya Repository Universitas Brawijaya Repository Universitas UJI VALIDITAS DAN RELIABILITAS itas Brawijaya Repository Universitas Brawijaya Repository Universitas Brawijaya Repositreliabilitas variabel X1 Repository Universitas Brawijaya Repository Universitas Brawijaya **Reliability Statistics** Reposit ijaya Cronbach's N of Items Reposit laya Reposit Alpha laya Reposit .788 Repository Universitas Brawijaya

Repository Universitas Brawijaya

Reposit Validitas Variabel X1 Brawijaya Repository Universitas Brawijaya Reposit **Item-Total Statistics** Reposit Brawijaya Scale Mean if Corrected Item-Cronbach's Scale Variance Reposit Brawijaya Item Deleted if Item Deleted Total Alpha if Item Brawijaya Deleted Correlation Reposit X1.1 Brawijaya 1.678 .795 8.67 .552 Reposit x1.2 .669 Brawijaya 1.582 8.27 .668 1.582

Reposit x1.3 8.27 Repository Universitas Brawijaya Repository Universitas Brawijaya

Repository Universitas Brawijaya

Repository Universitas Brawijaya Repository Universitas Brawijaya Repository Universitas Brawijaya Repository Universitas Brawijaya Repository Universitas Brawijaya Repository Universitas Brawijaya Repository Universitas Brawijaya Repository Universitas Brawijaya Repository Universitas Brawijaya Repository Universitas Brawijaya Repository Universitas Brawijaya Repository Universitas Brawijaya Repository Universitas Brawijaya Repository Universitas Brawijaya Repository Universitas Brawijaya Repository Universitas Brawijaya Brawijaya

Repository Universitas Brawijaya

.669 Brawijaya .668 Repository Universitas Brawijaya Repository Universitas Brawijaya

Repository Repository Repository Repository Repository Repositor Repositor Repositor Repository Repository Repository Repositor Repository Repository Repository Repositor Repository Repositor Repositor Repository Repository Repository Repository Repository Repository Repositor Repository Repository Repository Repository Repository Repositor Repository Repositor Repository Repository Repository Repository Repositor Repositor Repositor Repository Repository

Repository

Repository

Repository

Repositor

Repository Universitas Brawijaya Repository Universitas Brawijaya Reposit RELIABILITAS X2 rawijaya Repository Universitas Brawijaya Repository Universitas Prawijaya **Reliability Statistics** Cronbach's N of Items laya Alpha Reposit laya .869 Reposit laya

Repository Universitas Brawijaya Repository Universitas Brawijaya Repository Universitas Validitas Variabel X2 Brawijaya Repository Universitas Brawijaya

Reposit Brawijaya **Item-Total Statistics** Reposit Brawijaya Scale Mean if Scale Variance Corrected Item-Cronbach's Reposit Item Deleted if Item Deleted Total Alpha if Item Reposit Correlation Deleted Reposit X2.1 15.67 7.333 .733 .835 Reposi X2.2 7.151 .869 15.77 .592 Reposit X2.3 .828 15.73 6.478 .750 Reposi X2.4 15.87 6.809 .767 .823 Reposit X2.5 .852 16.03 .652 7.482 Repository Universitas Brawijaya

Brawijaya Brawijaya Brawijaya Brawijaya Brawijaya Brawijaya

Repository Universitas Brawijaya Repository Universitas Brawijaya

Brawijaya Repository Universitas Brawijaya

Repository Repository Repository Repository Repository Repository Repositor Repositor Repository Repository Repository Repositor Repository Repository Repository Repositor Repository Repositor Repositor Repository Repository Repository Repository Repository Repository Repositor Repository Repository Repository

Repository Repository Repositor Repository Repositor Repository Repository Repository Repository Repositor Repositor Repositor Repository

Repository

Repository

Repository

Repository

Repositor

Repository Universitas Brawijaya Repository Universitas Brawijaya Reposit**reliabilitas x3** rawijaya Repository Universitas Brawijaya Repository Universitas Prawijaya **Reliability Statistics** Cronbach's N of Items jaya Alpha Reposit laya .677 Reposit laya Repository Universitas Brawijaya

Repositoaliditas X3 ersitas Brawijaya Repository Universitas Brawijaya Reposit **Item-Total Statistics** Reposit Scale Variance Scale Mean if

Reposit if Item Deleted Item Deleted Reposit x3.1 1.799 8.17 Reposit x3.2 8.13 1.568 Reposit x3.3 8.23 1.220 Repository Universitas Brawijaya Repository Universitas Brawijaya

Repository Universitas Brawijaya Repository Universitas Brawijaya

Repository Universitas Brawijaya Repository Universitas Brawijaya Repository Universitas Brawijaya Repository Universitas Brawijaya Repository Universitas Brawijaya Repository Universitas Brawijaya Repository Universitas Brawijaya Repository Universitas Brawijaya Repository Universitas Brawijaya Repository Universitas Brawijaya Repository Universitas Brawijaya Repository Universitas Brawijaya

Brawijaya Brawijaya Corrected Item-Cronbach's Brawijaya Total Alpha if Item Correlation Deleted Brawijaya Brawijaya .527 .587 .607 Brawijaya .470 .633 Brawijaya .483 Repository Universitas Brawijaya

Repository Universitas Brawijaya Repository Universitas Brawijaya

Repository Universitas Brawijaya

Repository Repository Repository Repository Repository Repository Repositor Repository Repository Repository Repository Repositor Repository Repository Repository Repositor Repository Repositor Repositor Repository Repository Repository Repository Repository Repository Repositor

Repository Repository Repository Repository Repository Repository Repositor Repositor Repository Repository Repository Repository Repositor Repositor Repositor Repository Repository Repository Repository Repository Repositor Repositor

Brawijaya Brawijaya

Brawijaya

Repository Universitas Brawijaya Repository Universitas Brawijaya Reposit**reLibiLitas**t**y**s Brawijaya Repository Universitas Brawijaya Repository Universitas Brawijaya **Reliability Statistics** liava Cronbach's N of Items Reposit jaya Alpha Reposit laya .700 Reposit ijaya Repository Universitas Brawijaya

Repositoaliditasiversitas Brawijaya Repository Universitas Brawijava Reposit **Item-Total Statistics**

| Keposii | | Scale Mean if | Scale Variance | Corrected |
|---------|----------|---------------|-----------------|-----------|
| Reposit | | Item Deleted | if Item Deleted | Total |
| Reposit | | | | Correlati |
| Reposit | Y1.1 | 8.23 | 1.702 | |
| Reposit | Y1.2 | 7.93 | 1.857 | |
| Reposit | Y1.3 | 7.97 | 1.826 | |
| Reposit | ory U | niversitas B | rawijaya | Reposit |
| Donneit | ony I Ia | niversites R | คอมเกี่ยวกอ | Danneit |

Repository Universitas Brawijaya Repository Universitas Brawijaya

Repository Universitas Brawijaya Repository Universitas Brawijaya Repository Universitas Brawijaya Repository Universitas Brawijaya Repository Universitas Brawijaya Repository Universitas Brawijaya Repository Universitas Brawijaya Repository Universitas Brawijaya Repository Universitas Brawijaya Repository Universitas Brawijaya Repository Universitas Brawijaya Repository Universitas Brawijaya

Cronbach's

Alpha if Item

Item-

Deleted Brawijaya tion .616 Brawijaya .512 .631 Brawijaya .498 .579 Brawijaya .541 tory Universitas Brawijaya Repository Universitas Brawijaya

Repository Universitas Brawijaya

Repository Universitas Brawijaya

Repository Repositor Repository Repository Repository Repositor Repository Repositor Repositor Repository Repository Repository Repository Repository Repository Repositor Repository Repository Repository Repository Repository Repository

Repositor Repositor Repository Repository Repository Repository Repositor Repositor

Repositor Repository Repository

Repository

Repository Repository

Repositor Repositor

Repository

Repository

Repository

Repository

Repository

Repositor

Repositor

Reposit Expected Cum Prob Reposit 0.6-Reposit Reposit Reposit Reposit Reposit Reposit 0.2 Reposit Reposit Reposit 0.2 Reposit Reposit Repository Universitas Brawijaya Repository Universitas Brawijaya

Observed Cum Prob

Repository Universitas Brawijaya

Repository Universitas Brawijaya

jaya Repository Universitas Brawijaya jaya Repository Universitas Brawijaya jaya Repository Universitas Brawijaya Repository Universitas Brawijaya jaya Repository Universitas Brawijaya jaya Repository Universitas Brawijaya jaya Repository Universitas Brawijaya

Repository Universitas Brawijava Repository Universitas Brawijava Repositor **One-Sample Kolmogorov-Smirnov Test** Reposit X1_Customer_s X2_Switching_C X3 Brand Trust Y_Loyalty Reposit atisfaction ost Reposit Reposit N 30 30 30 30 Reposi 4.2000 4.0890 4.0217 Mean 3.9533 Normal Parameters^{a,b} Reposit Std. Deviation .60389 .65323 .57390 .62513 Reposit Absolute .252 .207 .238 .286 .150 Reposit Most Extreme Differences Positive .152 .161 .122 -.207 Negative -.252 -.238 -.286 Reposit Kolmogorov-Smirnov Z 1.380 1.135 1.306 1.567 Reposit Asymp. Sig. (2-tailed) .066 444 .152 .147

Reposit a. Test distribution is Normal.

Repository Universitas Brawijaya

Repository Universitas Brawijaya

Reposit**campirans**ersitas Brawijaya

Repository Universitas Brawijaya

Reposit Normalitas rsitas Brawijaya

Repository Universitas Brawijaya

Repository Universitas Brawi

Reposit b. Calculated from data.

Reposit

Reposit

Reposit

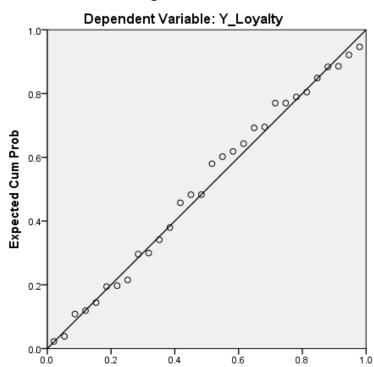
Reposit

Reposit

Reposit

Repository Universitas Brawijaya Repository Universitas Brawijaya

Normal P-P Plot of Regression Standardized Residual



Repository Repository Repository Repository Repository Repository Repository Repository

Repository Repository Repository

Repository Repository

Repository

Repositor

Repository Repository

Repository Repository

Repository

Repository Repository

Repository Universitas Brawijaya Reposit Coefficients^a

Repository Universitas Brawijaya Repository Universitas Brawijaya Repository Universitas Bra**uji multikolinieritas**iversitas Brawijaya Repository Universitas Brawijaya Repository Universitas Brawijaya Repository Universitas Brawijaya

repository universitas prawijaya

Reposit

| 1 1000000 | _ |
|-----------|---|
| Reposit | Ν |
| Reposit | |
| Reposit | |
| Reposit | |
| Reposit | 1 |
| Reposit | |
| Reposit | _ |

sitas Brawijaya Model Collinearity Statistics sitas Brawijaya VIF Tolerance sitas Brawijaya (Constant) sitas Brawijaya 3.049 .328 X1_Customer_satisfaction sitas Brawijaya X2_Switching_Cost .120 sitas Brawijaya .184 X3_Brand_Trust

a. Dependent Variable: Y_Loyalty Repository Universitas Brawijaya Repository Universitas Brawijaya

Repository Universitas Brawijaya

Repository Universitas Brawijaya

Repository Universitas Brawijaya Repository Universitas Brawijaya

Repository Repository Repository Repositor Repository Repository

Repository

Repository

Repository

Repository

Repository

Repositor

repository Repository Repositor Repositor Repository Repository Repository Repository Repository Repository Repositor Repository Repository Repository Repository Repository Repository Repositor Repositor Repository Repository Repository Repository Repositor Repositor Repositor Repository Repository Repository Repository

Repository

Repositor

Repository Universitas Brawijaya Reposit

Repository Universitas Brawijaya Repository Universitas Brawijaya Repository Universitas Brawijaya Repository Universitas Brawijaya

> Repository Repository

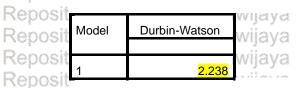
Repository

Repository

Repository

Repository

Dannoitan



Repository Universitas Brawijaya Repository Universitas Brawijaya

repusitory universitas prawijaya

Reposit a. Predictors: (Constant), X3_Brand_Trust, X1_Customer_satisfaction, X2_Switching_Cost

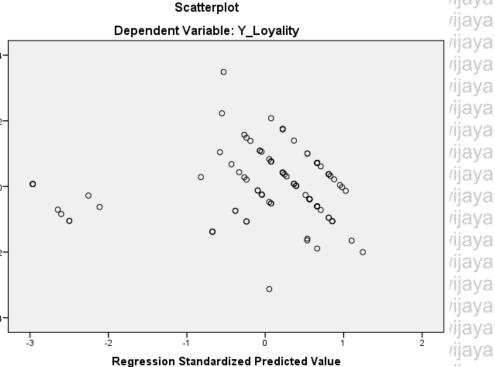
Repository Universitas Brawijaya Repository Universitas Brawijaya Repository Hetero Repository Hetero

Repository Universitas Brawijaya Repository Universitas Brawijaya Repository Universitas Brawijaya /ijaya

Repositor Reposi

Reposit

Reposit



Repository Universitas Brawijaya Repository Universitas Brawijaya

Repository Universitas Brawijaya

Repository Universitas Brawijaya

rijaya Repository Universitas Brawijaya Repository Universitas Brawijaya

repository Repository Repository Repository Repositor Repository Repository Repository Repository Repository Repository Repository Repository Repository Repositor Repository Repository Repository Repository Repository Repository Repositor Repositor Repository Repository Repository Repository

Repository

Repositor

Repository

Repository

Repository

Repository

Repository

Repository

Repositor

Repository Universitas Brawijaya Repository Universitas Brawijaya Reposit Lampiran 4: rsitas Brawijaya Repository Universitas Brawijaya Repository Universitas Brawijaya Repository Universitas Brawijaya Reports-Repo

Repository Universitas Brawijaya Repository Universitas Brawijaya **ŪJI REGRESI**Universitas Brawijaya Repository Universitas Brawijaya Repository Universitas Brawijaya Repository Universitas Brawijaya

| Physical are | | | ANOVA | | | |
|-------------------|------------|----------------|-------|-------------|---------|-------------------|
| Repo | del | Sum of Squares | df | Mean Square | F | Sig. |
| Reno | Regression | 35.565 | 3 | 11.855 | 175.159 | .000 ^b |
| Repo ¹ | Residual | 6.497 | 96 | .068 | | |
| Repo | Total | 42.063 | 99 | | | : |

Report a. Dependent Variable: Y_Loyalty

Report b. Predictors: (Constant), X3_Brand_Trust, X1_Customer_satisfaction, X2_Switching_Cost

Repository Universitas Brawijaya Repository Universitas Brawijaya

Repository Universitas Brawijaya

Repository Universitas Brawijaya Repository Universitas Brawijaya

Repository Repository Repository Repository Repositor Repository Repository Repository Repository Repository

Repository

Repository

Repository

Repository Repository Repositor Repository Repository Repository

Repository Repository Repository Repository Repository

Repository Repositor Repository

Repository Repository Repository Repository

Repository

Repositor Repository Repository

Repository Repository Repository

Repositor Repositor

Repositor Repository

Repository

Repository Repository

Repository Repositor

Repositor

UNIVERSITAS

Repository Universitas Brawijaya Ren

Repository Universitas Brawijaya Repository Universitas Brawijaya

| Model Sum | ımary ^b |
|-----------|--------------------|
|-----------|--------------------|

| Rep Rep | | | | | Model | Summaryb | | | | | | lepositor |
|-------------------|-------|-------|-------------------|----------|--------------------|--------------------|-------------|---------|-----|------------------|---------|-----------|
| Rep | Model | R | R | Adjusted | Std. Error | | Change | Statist | ics | | Durbin- | enositor |
| Rep | | | Square | R Square | of the Estimate | R Square Change | F Change | df1 | df2 | Sig. F Change | Watson | epositor |
| Rep Rep Rep | 1 | .920ª | <mark>.846</mark> | .841 | .26016 | .846 | 175.159 | 3 | 96 | .000 | 2.047 | epositor |

Ren a. Predictors: (Constant), X3_Brand_Trust, X1_Customer_satisfaction, X2_Switching_Cost

Rep b. Dependent Variable: Y_Loyalty

Repository Universitas Brawijaya Repository Universitas Brawijaya

Repository Universitas Brawijaya

Repository Universitas Brawijaya Repository Universitas Brawijaya

epositor epository epository epository lepository

Repository

Repository

Repository

Repository

Repository

Repositor Repositor

tepository tepository

tepository Repository

Repository Repository Repository Repository Repository

Repositor Repository Repository Repository

Repository Repository Repository

Repositor Repositor Repository

Repository Repository Repository

Repositor Repositor

Repositor Repository

Repository

Repository Repository

Repository Repositor

Rep

Rer

Reg

| Model | Unstandardized Coefficients | | Standar | t | t Sig. Correlations | | | Collinearity Statistics | | |
|---------------------------|--------------------------------|-------|------------------|--------------------|---------------------|-------|---------|----------------------------|-----------|-------|
| e _i | | | Coefficie nts | | | | | | | |
| lej | В | Std. | Beta | | | Zero- | Partial | Part | Tolerance | VIF |
| e | | Error | | | | order | | | | |
| (Constant) | .083 | .199 | | .420 | .676 | Į. | | | | |
| X1_Custome r_satisfaction | .259 | .083 | .233 | <mark>3.131</mark> | .002 | .834 | .304 | .126 | .292 | 3.428 |
| X2_Switching Cost | .511 | .105 | .525 | 4.860 | .000 | .905 | .444 | .195 | .138 | 7.247 |
| X3_Brand_Tr | .220 | .105 | .204 | 2.098 | .039 | .866 | .209 | .084 | .170 | 5.876 |

Repository Universitas Brawijaya Repository Universitas Brawijaya

Repository Universitas Brawijaya Repository Universitas Brawijaya

epository epository pository pository positor pository pository pository pository positor pository pository pository positor pository pository

epository

epository

epository Repository Repository Repository Repository Repository

Repository Repository Repository Repository

Repositor

Repository Repository Repository

Repository

Repository Repository Repository

Repository Repository

Repository

Repository Repository

Repository Repository