

**PENGARUH KEPERCAYAAN MEREK, SWITCHING COST, DAN
KEPUASAN KONSUMEN TERHADAP LOYALITAS KONSUMEN PADA
PT. TIKI SEMARANG**

NAFISATUL FITRIYAH

Program Studi Manajemen - S1, Fakultas Ekonomi & Bisnis,

Universitas Dian Nuswantoro Semarang

URL : <http://dinus.ac.id/>

Email : 211201102221@mhs.dinus.ac.id

ABSTRAK

Penelitian ini bertujuan untuk menguji dan menganalisis pengaruh kepercayaan merek, switching cost, dan kepuasan konsumen terhadap loyalitas konsumen pada PT. TIKI Semarang. Metode pengumpulan data menggunakan kuesioner dan teknik analisis yang digunakan adalah regresi linier berganda pada 120 konsumen yang melakukan pelayanan jasa pengiriman barang. Analisis data pada penelitian ini menggunakan bantuan spss versi 16.

Teknik sampling yang dipakai adalah purposive sampling dan teknik pengujian data yang digunakan dalam penelitian ini meliputi uji validitas dengan korelasi antar skor, uji realibilitas dengan cronbach alpha. Uji asumsi klasik dan analisis regresi linier berganda, untuk menguji dan membuktikan hipotesis penelitian. Hasil penelitian menunjukkan bahwa variabel kepercayaan merek, switching cost, dan kepuasan konsumen berpengaruh positif dan signifikan terhadap loyalitas konsumen.

Kata Kunci : kepercayaan merek, switching cost, kepuasan konsumen dan loyalitas konsumen.

**THE INFLUENCE OF BRAND TRUST, SWITCHING COST AND
CUSTOMER SATISFACTION ON CUSTOMER LOYALTY OF PT. TIKI
SEMARANG**

NAFISATUL FITRIYAH

*Program Studi Manajemen - S1, Fakultas Ekonomi & Bisnis,
Universitas Dian Nuswantoro Semarang
URL : <http://dinus.ac.id/>
Email : 211201102221@mhs.dinus.ac.id*

ABSTRACT

The aims of this study was to examine and analyze the influence of brand trust, switching cost, and customer satisfaction on customer loyalty of PT. TIKI Semarang. The method of collecting data using questionnaires and techniques analysis used multiple linear regression to the 120 people who are in the service population. Analysis of the data in this study using SPSS version 16.

The sampling technique used is purposive sampling and testing techniques of data used in this study include the validity of the correlation between test scores, test reliability with Cronbach alpha. Classical assumption test and multiple linear regression analysis, to test and prove the research hypothesis. The results showed that the variables of brand trust, switching cost, and customer satisfaction and significant positive effect on customer loyalty.

Keyword : brand trust , switching cost , customer satisfaction and customer loyalty .