

**ANALISIS PENGARUH KEPUASAN PELANGGAN DAN HALANGAN
BERPINDAH TERHADAP LOYALITAS PELANGGAN OPERATOR
SELULER**



Disusun sebagai salah satu syarat menyelesaikan Program Studi Strata I pada
Jurusan Manajemen pada Fakultas Ekonomi dan Bisnis

Oleh:

TANGGUH PIDHIATMOKO

B 100 130 400

**PROGRAM STUDI MANAJEMEN
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS
UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH SURAKARTA
2017**

HALAMAN PERSETUJUAN

**ANALISIS PENGARUH KEPUASAN PELANGGAN DAN HALANGAN
BERPINDAH TERHADAP LOYALITAS PELANGGAN OPERATOR
SELULER**

PUBLIKASI ILMIAH

Oleh:

TANGGUH PIDHIATMOKO

B100130400

Telah diperiksa dan disetujui untuk diuji oleh:

Dosen Pembimbing



(Jati Waskito, S.E., M.Si.)

HALAMAN PENGESAHAN

**ANALISIS PENGARUH KEPUASAN PELANGGAN DAN HALANGAN
BERPINDAH TERHADAP LOYALITAS PELANGGAN OPERATOR
SELULER**

Oleh:

TANGGUH PIDHIATMOKO

B100130400

Telah dipertahankan didepan Dewan Penguji

Fakultas Ekonomi dan Bisnis

Universitas Muhammadiyah Surakarta

Pada hari Sabtu, 22 Juli 2017

Dan dinyatakan telah memenuhi syarat

Dewan Penguji:

1. Kusdiyanto, S.E., M.Si.
(Ketua)

2. Jati Waskito, S.E., M.Si.
(Sekertaris)

3. Muzakar Isa, S.E., M.Si.
(Anggota)



**Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis
Universitas Muhammadiyah Surakarta**



(Dr. Samsudin, M.M.)

PERNYATAAN

Dengan ini saya menyatakan bahwa dalam naskah publikasi ini tidak terdapat karya yang pernah diajukan untuk memperoleh gelar kesarjanaan di suatu perguruan tinggi dan sepanjang pengetahuan saya juga tidak terdapat karya atau pendapat yang pernah ditulis atau diterbitkan orang lain, kecuali secara tertulis diacu dalam naskah dan disebutkan dalam daftar pustaka. Apabila kelak terbukti ada ketidak benaran dalam pernyataan saya diatas, maka akan saya pertanggung jawabkan sepenuhnya.

Surakarta, 22 Juli 2017

Penulis



TANGGUH PIDHIATMOKO

B100130400

ANALISIS PENGARUH KEPUASAN PELANGGAN DAN HALANGAN BERPINDAH TERHADAP LOYALITAS PELANGGAN OPERATOR SELULER

ABSTRAK

Penelitian bertujuan untuk menganalisis pengaruh kepuasan pelanggan dan halangan berpindah terhadap loyalitas pelanggan operator seluler di Surakarta. Data yang digunakan dalam penelitian ini adalah data primer yang berupa penyebaran kuisioner pada 100 responden di Surakarta dengan teknik pengambilan sampel *Purposive Sampling*. Teknik analisis data yang digunakan adalah uji validitas, uji reliabilitas, uji asumsi klasik, analisa regresi berganda, uji t, uji F, uji R^2 . Hasil penelitian menunjukkan bahwa: kepuasan pelanggan berpengaruh positif dan signifikan terhadap loyalitas pelanggan berdasarkan pada nilai t, $t_{hitung} > t_{tabel}$ ($6,750 > 2,000$); Halangan berpindah berpengaruh positif dan signifikan terhadap loyalitas pelanggan berdasarkan pada nilai t, $t_{hitung} > t_{tabel}$ ($6,512 > 2,000$). Kepuasan pelanggan dan halangan berpindah secara bersama-sama berpengaruh terhadap loyalitas pelanggan, dibuktikan dengan uji F. Pada uji F diperoleh F_{hitung} 52,765 dan F_{tabel} 4,00. Hasil pengujian Koefisien Determinasi (R^2) menunjukkan bahwa kepuasan pelanggan dan halangan berpindah mampu menjelaskan variabilitas loyalitas pelanggan sebesar 51,1%.

Kata kunci: Kepuasan Pelanggan, Halangan Berpindah dan Loyalitas Pelanggan

ABSTRACT

This study aims to analyze the effect of customer satisfaction and switching barrier on customer loyalty of mobile carrier in Surakarta. The data used in this study is the primary data in the form of distributing questionnaires on 100 respondents in Surakarta with sampling technique *Purposive Sampling*. Data analysis technique used validity test, reliability test, classical assumption test, multiple linear regression analysis, t test, F test, R^2 test. The result of research shows that: customer satisfaction has positive and significant influence to customer loyalty based on t value, $t_{count} > t_{table}$ ($6,750 > 2,000$); Switching barrier have positive and significant influence to customer loyalty based on t value, $t_{count} > t_{table}$ ($6,512 > 2,000$). Customer satisfaction and switching barrier are connected together influence to customer loyalty, proved by F test. F test obtained F_{count} 52,765 and F_{table} 4,00. Coefficient Determination (R^2) test result shows that customer satisfaction and switching barrier able to explain variability customer loyalty of 51,1%.

Keywords: Customer Satisfaction, Switching Barrier and Customer Loyalty

1. PENDAHULUAN

Pada saat ini, persaingan dalam industri layanan telekomunikasi di Indonesia sangat ketat. Dengan pesatnya perkembangan informasi dan teknologi komunikasi serta permintaan tinggi dari pelanggan, para operator seluler saling berlomba untuk menciptakan inovasi dan strategi dalam pelayanannya agar pelanggannya tetap merasa puas dan tetap setia menggunakan produknya. Dengan pesatnya pertumbuhan internet nirkabel, layanan telekomunikasi sekarang tidak hanya berpusat pada komunikasi suara dan pesan singkat saja tetapi masyarakat juga membutuhkan layanan internet dengan kecepatan tinggi dan multimedia. Dalam keadaan ini maka perusahaan harus mampu mengembangkan produk, memberi tarif yang menarik dan membuatnya terjangkau serta mengatur strategi bisnis yang berorientasi kepada pelanggan sebagai syarat untuk mempertahankan keunggulan kompetitif dan mempertahankan profit tetap stabil untuk kelangsungan hidup perusahaan.

Saat ini pangsa pasar seluler GSM di Indonesia dikuasai oleh tiga operator utama yaitu Telkomsel, Indosat, dan Excelcomindo (XL Axiata). Di tengah persaingan yang ketat ini, loyalitas pelanggan menjadi hal susah didapatkan. Ini disebabkan oleh adanya perubahan-perubahan baik perubahan dalam diri pelanggan sendiri maupun perubahan kondisi lingkungan sekitar sehingga dapat mempengaruhi loyalitas pelanggan secara langsung ataupun tidak langsung.

Loyalitas pelanggan perlu ditingkatkan karena pelanggan yang loyal akan meningkatkan pendapatan dan menciptakan efisiensi pada pengoperasian perusahaan. Pelanggan yang setia akan mengurangi pengeluaran biaya untuk menarik pelanggan baru. Biaya promosi yang dibutuhkan untuk menarik pelanggan baru besarnya sampai lima kali lipat dibandingkan dengan mempertahankan pelanggan yang ada (Godes & Mayzlin, 2004). Terdapat beberapa keuntungan strategik bagi perusahaan tentang pentingnya mempertahankan loyalitas pelanggan. Imbalan dari loyalitas bersifat jangka panjang dan kumulatif. Jadi semakin lama loyalitas seorang konsumen, semakin besar laba yang dapat diperoleh perusahaan dari seorang konsumen (Griffin,

2002). Loyalitas menjadi suatu upaya yang penting dilakukan oleh suatu perusahaan agar dapat meraih manfaat ekonomi yang optimal.

Lovelock dan Wright (2007) mendefinisikan loyalitas sebagai keputusan pelanggan untuk secara sukarela terus berlangganan dengan perusahaan tertentu dalam jangka waktu yang lama. Persaingan yang semakin ketat dan berkembangnya ekspektasi pelanggan mendorong perusahaan untuk lebih memfokuskan pada upaya untuk mempertahankan pelanggan yang ada.

Faktor yang dapat mempengaruhi loyalitas pelanggan adalah kepuasan pelanggan. Kepuasan merupakan perasaan senang ataupun kecewa seseorang yang berasal dari perbandingan antara kesannya terhadap kinerja (atau hasil) suatu produk dan harapan-harapannya. Apabila kinerja lebih kecil dari harapan konsumen akan merasakan tidak puas. Apabila kinerja sama dengan harapan konsumen akan merasakan puas (Kotler, 2009).

Selain faktor kepuasan pelanggan faktor lain yang dapat digunakan untuk menganalisa loyalitas pelanggan adalah halangan berpindah. Halangan berpindah adalah rintangan yang dirasakan oleh seseorang konsumen untuk beralih dari produk lama ke produk baru. Halangan berpindah mengacu pada tingkat kesulitan untuk berpindah ke penyedia jasa lain ketika pelanggan tidak puas dengan jasa yang diterima. Halangan berpindah dapat berbentuk kendala finansial, sosial, dan psikologis yang dirasakan seorang pelanggan ketika berpindah ke penyedia jasa baru. Semakin tinggi halangan berpindah, akan semakin mendorong pelanggan untuk bertahan dengan penyedia jasa lama (Supriyadi, 2011).

Dengan berlatar belakang hal di atas, maka peneliti mengangkat judul **“ANALISIS PENGARUH KEPUASAN PELANGGAN DAN HALANGAN BERPINDAH TERHADAP LOYALITAS PELANGGAN OPERATOR SELULER”**

2. METODE PENELITIAN

Populasi yang dipilih oleh peneliti adalah pelanggan operator seluler di Surakarta. Sampel yang diambil dalam penelitian ini sebanyak 120 responden yang dianggap mampu mewakili populasi yang ada. Data yang digunakan dalam penelitian ini menggunakan data primer yang diperoleh dari hasil kuesioner yang disebar kepada pelanggan operator seluler di Surakarta. Teknik pengambilan sampel dalam penelitian ini adalah dengan menggunakan metode *purposive sampling*, yaitu teknik untuk menentukan sampel penelitian dengan pertimbangan responden telah menggunakan/berlangganan dengan operator seluler selama lebih dari satu tahun yang bertujuan agar data yang diperoleh nantinya bisa lebih representatif (Sugiyono, 2010). Analisis data yang digunakan uji asumsi klasik, analisa regresi berganda, uji t, uji F, uji koefisien determinasi R^2 .

3. HASIL DAN PEMBAHASAN

Pengumpulan data penelitian yang digunakan dalam penelitian ini menggunakan kuesioner, kemudian penelitian di lanjutkan dengan penyebaran kepada pelanggan operator seluler di wilayah Surakarta.

Tabel 3.1
Tingkat Pengembalian Kuesioner

	Jumlah Kuesioner
Kuesioner yang disebar	120
Kusioner yang kembali	120
Diisi tidak lengkap	12
Disi lengkap banyak coretan	8
Lengkap dan dapat digunakan	100

Tabel 3.1 menunjukkan bahwa dari 120 kuesioner yang disebar, ada beberapa kuesioner yang tidak lengkap sebanyak 12 kuesioner dan kuesioner yang lengkap namun rusak sebanyak 8 kuesioner, jadi peneliti hanya menggunakan sebanyak 100 kuesioner/responden.

Berdasarkan hasil penelitian analisis pengaruh kepuasan pelanggan dan halangan berpindah terhadap loyalitas pelanggan operator seluler diketahui hasil uji asumsi klasik data berdistribusi normal, bebas multikolinieritas, dan bebas dari heterokedastisitas.

3.1 Analisis Regresi Linier Berganda

Dengan menggunakan bantuan komputer program SPSS 17.0 koefisien regresi yang diperoleh dari hasil pengolahan data adalah:

$$Y = 0,372 + 0,273X_1 + 0,330X_2$$

Dari persamaan di atas maka diinterpretasikan sebagai berikut :

- 1) Koefisien regresi variabel kepuasan pelanggan (X_1) sebesar 0,273 yang artinya variabel kepuasan pelanggan mempunyai pengaruh positif sehingga meningkatkan loyalitas pelanggan.
- 2) Koefisien regresi variabel halangan berpindah (X_2) sebesar 0,330 yang berarti variabel halangan berpindah mempunyai pengaruh positif sehingga meningkatkan loyalitas pelanggan.

3.2 Uji t

Uji t digunakan untuk mengetahui besarnya pengaruh dari masing-masing variabel independen secara parsial terhadap variabel dependen. Adapun perhitungannya adalah sebagai berikut:

- 1) Uji pengaruh variabel Kepuasan Pelanggan (X_1) terhadap Loyalitas Pelanggan (Y) adalah sebagai berikut:
Langkah-langkah pengujian:
 - a) Menentukan hipotesis nihil dan hipotesis alternatif:

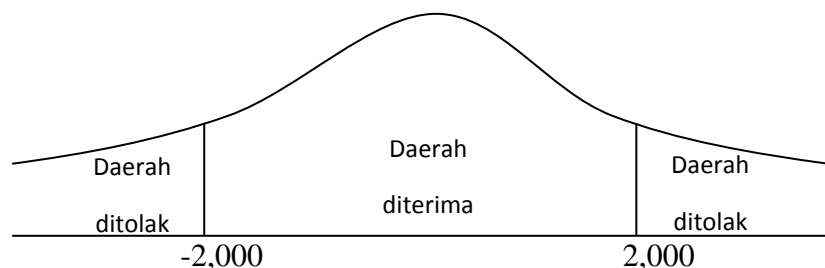
$H_0 : \beta = 0$, artinya tidak ada pengaruh yang signifikan antara Kepuasan Pelanggan (X_1) terhadap Loyalitas Pelanggan (Y).

$H_a : \beta \neq 0$, artinya ada pengaruh yang signifikan antara Kepuasan Pelanggan (X_1) terhadap Loyalitas Pelanggan (Y).

b) Level of significant (α) = 0,05

$$\begin{aligned} t_{\text{tabel}} &= (\alpha/2, n-k) \\ &= (0,05/2; 100 - 2) \\ &= (0,025 ; 98) \\ &= 2,000 \end{aligned}$$

c) Kriteria pengujian



$$H_0 \text{ diterima} = -2,000 \leq t \leq 2,000$$

$$H_0 \text{ ditolak} = t > 2,000 \text{ or } t < -2,000$$

d) Menentukan nilai t_{hitung}

Dari hasil analisis data yang telah dilakukan dengan menggunakan bantuan komputer program SPSS for windows, maka dapat diketahui bahwa t_{hitung} Kepuasan Pelanggan adalah sebesar 6,750.

e) Kesimpulan

H_0 ditolak, t hitung lebih besar dari t tabel (6,750 > 2,000) maka hal ini menunjukkan bahwa kepuasan pelanggan

mempunyai pengaruh yang signifikan terhadap loyalitas pelanggan atau karena t.sig (0,000) lebih kecil dari 0,05 (α) maka secara signifikan kepuasan pelanggan berpengaruh positif terhadap loyalitas pelanggan.

2) Uji pengaruh variabel halangan berpindah (X_2) terhadap loyalitas pelanggan (Y) adalah sebagai berikut:

Langkah-langkah pengujian:

a) Menentukan hipotesis nihil dan hipotesis alternatif:

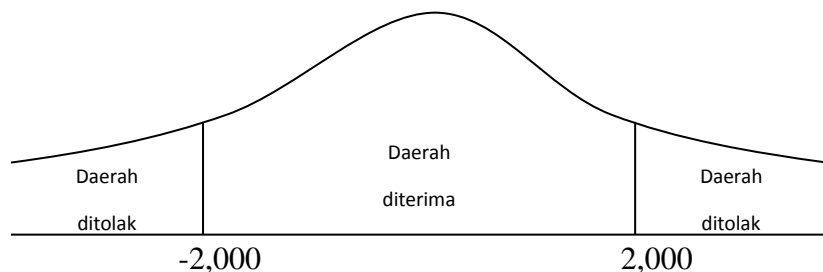
$H_0 : \beta = 0$, artinya tidak ada pengaruh yang signifikan antara halangan berpindah (X_2) terhadap loyalitas (Y).

$H_a : \beta \neq 0$, artinya ada pengaruh yang signifikan antara halangan berpindah (X_2) terhadap loyalitas pelanggan (Y).

b) Level of significant (α) = 0,05

$$\begin{aligned} t_{\text{tabel}} &= (\alpha/2, n-k) \\ &= (0,05/2; 100 - 2) \\ &= (0,025 ; 98) \\ &= 2,000 \end{aligned}$$

c) Kriteria pengujian



$$H_0 \text{ diterima} = -2,000 \leq t \leq 2,000$$

$$H_0 \text{ ditolak} = t > 2,000 \text{ or } t < -2,000$$

d) Menentukan nilai t_{hitung}

Dari hasil analisis data yang telah dilakukan dengan menggunakan bantuan komputer program SPSS for windows, maka dapat diketahui bahwa t_{hitung} halangan berpindah adalah sebesar 6,512.

e) Kesimpulan

Ho ditolak, t hitung lebih besar dari t tabel ($6,512 > 2,000$) maka hal ini menunjukkan bahwa halangan berpindah mempunyai pengaruh yang signifikan terhadap loyalitas pelanggan atau karena $t.sig$ ($0,004$) lebih kecil dari $0,05$ (α) maka secara signifikan halangan berpindah berpengaruh positif terhadap loyalitas pelanggan.

3.3 Uji F

Uji F digunakan untuk mengetahui besarnya pengaruh dari variabel Kepuasan Pelanggan (X_1), dan Halangan Berpindah (X_2) secara bersama-sama terhadap Loyalitas Pelanggan (Y). Adapun perhitungannya adalah sebagai berikut:

Langkah-langkah yang digunakan:

a. Menyusun hipotesis nihil (H_0) dan hipotesis alternatif (H_a)

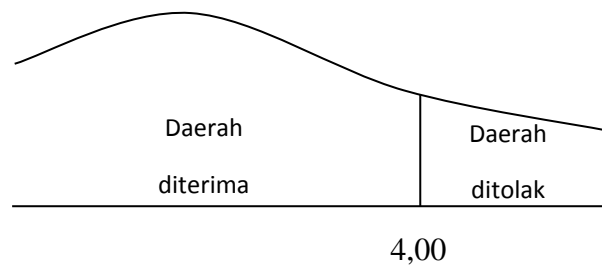
$H_0 : \beta_1 = \beta_2 = 0$, tidak ada pengaruh yang signifikan antara Kepuasan Pelanggan (X_1), Halangan Berpindah (X_2), secara bersama-sama terhadap Loyalitas Pelanggan (Y).

$H_a : \beta_1 \neq \beta_2 \neq 0$, ada pengaruh yang signifikan antara Kepuasan Pelanggan (X_1), Halangan Berpindah (X_2), secara bersama-sama terhadap Loyalitas Pelanggan (Y).

b. Level of significant (α) = 0,05

$$\begin{aligned}F_{\text{tabel}} &= 0,05 (k - 1; n - k) \\&= (2 - 1; 100 - 2) \\&= 0,05 (1; 98) \\&= 4,00\end{aligned}$$

c. Kriteria pengujian



Dimana:

k = Banyaknya parameter

n = Banyaknya sampel

Ho diterima apabila $F_{\text{hitung}} < F_{0,05} (2; n - 3)$

Ho ditolak apabila $F_{\text{hitung}} > F_{0,05} (2; n - 3)$

d. Nilai F_{hitung}

Dari hasil analisis data yang telah dilakukan dengan menggunakan bantuan komputer program SPSS for windows, maka dapat diketahui bahwa nilai F_{hitung} adalah sebesar 52,765.

e. Kesimpulan

Karena $F_{\text{hitung}} > F_{\text{tabel}} (52,765 > 4,00)$, maka **Ho ditolak**, berarti secara bersama-sama variabel Kepuasan Pelanggan (X_1), dan Halangan Berpindah (X_2) berpengaruh signifikan terhadap Loyalitas Pelanggan (Y).

3.4 Uji Koefisien Determinasi R^2

Berdasarkan hasil analisis data yang menggunakan bantuan komputer program SPSS for windows maka dapat diperoleh R square (R^2) sebesar 0,511, berarti variasi perubahan variabel Loyalitas Pelanggan dapat dijelaskan oleh variabel Kepuasan Pelanggan (X_1), Halangan Berpindah (X_2), sebesar 51,1%. Sedangkan sisanya sebesar 49,9% dijelaskan oleh variabel lain diluar model.

4. PENUTUP

4.1 Kesimpulan

Berdasarkan hasil analisis tersebut diatas yang telah diuraikan maka penulis dapat menyimpulkan sebagai berikut:

- 1) Kepuasan pelanggan mempunyai pengaruh yang signifikan terhadap loyalitas pelanggan, hal ini dibuktikan dari hasil $t_{hitung} > t_{tabel}$ ($6,750 > 2,000$) atau karena $t.sig$ (0,000) lebih kecil dari 0,05 (α) maka secara signifikan kepuasan berpengaruh positif terhadap loyalitas pelanggan.
- 2) Halangan berpindah mempunyai pengaruh yang signifikan terhadap loyalitas, hal ini dibuktikan dari hasil $t_{hitung} > t_{tabel}$ ($6,512 > 2,000$) atau karena $t.sig$ (0,004) lebih kecil dari 0,05 (α) maka secara signifikan halangan berpindah berpengaruh positif terhadap loyalitas pelanggan.
- 3) Berdasarkan hasil analisis uji F diketahui $F_{hitung} > F_{tabel}$ ($52,765 > 4,00$), maka H_0 ditolak, berarti secara bersama-sama variabel Kepuasan Pelanggan (X_1), dan Halangan Berpindah (X_2) berpengaruh signifikan terhadap Loyalitas Pelanggan (Y).
- 4) Hasil perhitungan R square (R^2) sebesar 0,511, berarti variasi perubahan variabel Loyalitas Pelanggan dapat dijelaskan oleh

variabel Kepuasan Pelanggan (X_1), Halangan Berpindah (X_2), sebesar 51,1%. Sedangkan sisanya sebesar 49,9% dijelaskan oleh variabel lain diluar model.

4.2 Keterbatasan Penelitian

- 1) Penelitian ini terbatas pada sampel pemakain kartu seluler di wilayah Surakarta yaitu sebanyak 100 responden.
- 2) Penelitian ini memiliki keterbatasan variabel yang diteliti yaitu hanya kepuasan dan halangan berpindah dalam mempengaruhi loyalitas pelanggan.

4.3 Saran

- 1) Bagi operator seluler sebaiknya lebih inovatif serta kreatif dalam memasarkan produknya ditawarkan pada konsumen agar konsumen lebih tertarik dengan adanya iklan yang bagus.
- 2) Bagi operator seluler sebaiknya dalam mempertimbangkan harga paket data disesuaikan dengan jumlah kuota data yang ditawarkan agar konsumen tidak merasa terbebani dengan harga yang mahal dengan jumlah kuota data yang minimal.
- 3) Bagi peneliti yang akan datang sebaiknya menambah variabel yang diteliti yaitu tidak hanya kepuasan pelanggan dan halangan berpindah dalam mempengaruhi loyalitas pelanggan.

DAFTAR PUSTAKA

- Ardhanari, Margaretha. 2008. *Customer Satisfaction Pengaruhnya terhadap Brand Preference dan Repurchase Intention Private Brand*. Jurnal Riset Ekonomi dan Bisnis Vol. 8, No. 2.
- Arikunto, Suharsimi. 2002. *Prosedur Suatu Penelitian: Pendekatan Praktek*. Jakarta: Rineka Cipta.

- _____. 2004. *Prosedur Penelitian: Suatu Pendekatan Praktek*. Jakarta: Rineka Cipta.
- _____. 2005. *Manajemen Penelitian*. Jakarta: Rineka Cipta.
- Arnould, Price & Zinkhan. 2002. *Consumerism*. New York: McGraw Hill.
- Bhhutto, Niazz Ahmed et al. 2012. *The Impact of Customer Satisfaction and Switching Barrier on Customer Loyalty in Pakistani Mobile Telecommunication Services*. Journal of Management Research. Vol. 4, No. 4.
- Danesh, Seiedeh N., Saeid Ahmadi Nasab & Kwek Choon Ling. 2012. *The Study of Customer Satisfaction, Customer Trust and Switching Barriers on Customer Retention in Malaysia Hypermarkets*. International Journal of Business and Management. Vol. 7, No. 7.
- Farisiy, Muhammad S. A. 2014. *Pengaruh Switching Barriers Terhadap Loyalitas Pengguna Kartu Perdana IM3 di Kota Bandung*. Manajemen Bisnis Telekomunikasi dan Informatika, Universitas Telkom.
- Godes, David & Dina Mayzlin. 2004. *Firm Created Word of Mouth Communication: A Field Based Quasi Experiment*. No. 04-03.
- Griffin, Jill. 2002. *Customer Loyalty*. Jakarta: Erlangga.
- Hannan, S et al. 2014. *Effect of Customer Satisfaction, Trust, Information Sharing, Switching Barrier and Relationship Bond on Customer Loyalty of Professional Services Company: Empirical Study on Independent Surveyor Services Industry in Indonesia*. Handbook on the Emerging Trends in Scientific Research.
- Jones, M. A., & Suh, J. 2000. *Transactionspecific Satisfaction and Overall Satisfaction: An Empirical Analysis*. Journal of services Marketing. 14(2): 147–159.
- Kheiry, Bahram & Maryam Alirezapour. 2012. *The Effect of Satisfaction, Trust and Switching Barriers Service Provider on Customer Loyalty (Mobile Phone Users of Iran Cell Company In Iran)*. Australian Journal of Basic and Applied Sciences. 6(12): 52-60.
- Kihara, Allan S. N., Gordon K. Ngugi. 2014. *Factors Influencing Customer Loyalty In Telecommunication Industry In Kenya*. International Journal of Social Sciences and Entrepreneurship.
- Kotler, Philip. 2009. *Manajemen Pemasaran*. Jakarta: Erlangga
- Lovelock, Christopher H dan Lauren K. Wright. 2007. *Manajemen Pemasaran Jasa*. Jakarta: PT. Indeks.

- M.-K. Kim et al. 2004. *The effects of customer satisfaction and switching barrier on customer loyalty in Korean mobile telecommunication services*. Telecommunications Policy. 28, 145-159.
- Maghfiroh, Siti. 2016. *Pengaruh Kepuasan, Antusiasme dan Switching Barrier Terhadap Loyalitas Anggota Pada Koperasi Serba Usaha*. Economic Education Analysis Journal 5 (1).
- Musanto. 2004. *“Faktor-Faktor Kepuasan Pelanggan dan Loyalitas Pelanggan. Studi Kasus pada CV. Sarana Media Advertising Surabaya”*. Jurnal Manajemen & Kewirausahaan, Vol. 6, No. 2, September 2004, hal. 123–136.
- Nurfaizal, Yusmedi & Muliastuti Pinilih. 2015. *Analisis Citra, Kepercayaan dan Kepuasan Terhadap Loyalitas Mahasiswa Sistem Informasi Dengan Pendekatan Path Analysis*. Jurnal Informatika AMIK-LB. Vol. 3, No. 3.
- Putri, Nandya A., Zainul Arifin & Wilopo. 2016. *Pengaruh Citra Merek, Kepercayaan Merek, Dan Switching Barrier Terhadap Kepuasan Pelanggan Dan Dampaknya Pada Loyalitas Pelanggan*. Jurnal Administrasi Bisnis (JAB). Vol. 32, No. 1.
- Qiu, Hanqin et al. *Do the roles of switching barriers on customer loyalty vary for different types of hotels?*. International Journal of Hospitality Management. 46 89–98.
- Risdianto, Gisela E., dan Edwin Japarianto. *Pengaruh Customer Satisfaction Dan Switching Barriers Terhadap Customer Loyalty Dengan Customer Trust Sebagai Variabel Moderating Pada Toko Buku Petra Togamas Surabaya*. Jurnal Manajemen Pemasaran Petra.
- Seguro, Waseso. 2008. *Pengaruh Persepsi Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Dan Loyalitas Pelanggan: Suatu Penelitian Pada Penyedia Jasa Telepon Selular Di Jawa Barat*. Jurnal Ekonomi Bisnis. Vol. 13, No. 3.
- Setiawan, Supriyadi. (2011). *Loyalitas pelanggan jasa*. Bogor: IPB Press.
- Tjiptono, F. 2012. *Strategi pemasaran*. Malang: Bayu Media Publishing.
- Umar, Husen. 2008. *Metode Riset Bisnis*. Jakarta: PT Gramedia Pustaka Utama.