

ABSTRAK

Ernita Risnauli Siregar. NIM 7152210018 “Pengaruh *Responsiveness*, *Switching Cost* Dan *Brand Trust* Terhadap *Customer Retention* Pada Produk Kartu Seluler SimPATI (Survei Pada Mahasiswa Jurusan Manajemen Stambuk 2016 Unimed)”, Jurusan Manajemen, Fakultas Ekonomi, Universitas Negeri Medan 2019.

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui pengaruh *responsiveness*, *switching cost* dan *brand trust* terhadap *Customer Retention* pada produk kartu seluler simPATI dimana survei yang diambil pada mahasiswa Jurusan Manajemen stambuk 2016 Unimed. Populasi dalam penelitian ini adalah populasi terbatas, yaitu mahasiswa jurusan Manajemen Fakultas Ekonomi Unimed Stambuk 2016 yang sedang atau sudah pernah menggunakan produk kartu seluler simPATI selama 1 tahun atau lebih. Dengan menggunakan *total sampling* ditetapkan 70 orang sebagai sampel yang diambil secara keseluruhan dari populasi. Teknik pengumpulan data dalam penelitian ini dilakukan dengan cara menyebarkan kuesioner yang pengukurannya dengan skala likert dan diolah secara statistik menggunakan analisis regresi berganda dan pengujian hipotesis uji t, uji f, dan koefisien determinasi yang sebelumnya data telah di uji menggunakan uji validitas, uji realibilitas, dan uji asumsi klasik. Pengolahan data menggunakan SPSS 23.0 for windows.

Secara parsial, *Responsiveness*, *Switching Cost* dan *Brand Trust* berpengaruh positif dan signifikan terhadap *Customer Retention*. Berdasarkan hasil penelitian, menunjukkan bahwa variabel *Responsiveness*, *Switching Cost* dan *Brand Trust* secara simultan berpengaruh terhadap *Customer Retention*. Hal ini terlihat dari nilai $F_{hitung} > F_{tabel}$ ($11,610 > 2,74$) dan nilai signifikansi $0,000 < 0,05$. Uji koefisien determinasi menunjukkan nilai sebesar 0,345 yang berarti bahwa *responsiveness*, *switching cost* dan *brand trust* berpengaruh terhadap *Customer Retention* sebesar 34,5% sedangkan sisanya dijelaskan variabel diluar penelitian.

Kata Kunci : *Responsiveness*, *Switching Cost*, *Brand Trust*, *Customer Retention*

ABSTRACT

Ernita Risnauli Siregar. NIM 7152210018 "The Influence of Responsiveness, Switching Cost And Brand Trust To Customer Retention on simPATI Card (Survey on Management Students 2016 UNIMED") Management Department, Faculty of Economics, State University of Medan 2019.

This study aims to determine the influence of Responsiveness, Switching Cost And Brand Trust To Customer Retention on simPATI Card. The population in this study is the finite population, the students of Management 2016 in Unimed who are using or ever used Simpati Card for 1 year or more. Using total sampling, 70 people were assigned as samples that all of populations are used to be the sample. Data collecting technique in this research is done by spreading questionnaire which measurement with likert scale and processed statistically using multiple regression analysis and test of t test hypothesis, f test, and coefficient of determination previously tested data using validity test, reliability test, and classic assumption test. Data processing using SPSS 23.0 for windows.

Partially, Responsiveness, switching Cost and Brand Trust has a positive effect on customer. and based on the results showed that the variables of Responsiveness, Switching Cost And Brand Trust simultaneously affect the consumer loyalty. It can be seen from $F_{count} > F_{table}$ ($11,610 > 2,74$) and significance value $0,000 < 0,05$. Test coefficient of determination shows the value of 0.345, which means that of Responsiveness, Switching Cost And Brand Trust To Customer Retention on simPATI Card of 34.5% while the rest are explained variables outside the study.

Keywords: Responsiveness, Switching Cost, Brand Trust, Customer Retention

