

**PENGARUH *RESPONSIVENESS*, *SWITCHING COST* DAN *BRAND TRUST* TERHADAP *CUSTOMER RETENTION* PADA
PRODUK KARTU SELULER SIMPATI**

(Survei Pada Mahasiswa Jurusan Manajemen Stambuk 2016 Unimed)

**Diajukan Sebagai Salah Satu Syarat Untuk Memperoleh Gelar Sarana
Ekonomi**

Oleh:

ERNITA RISNAULI SIREGAR
NIM. 7152210018



FAKULTAS EKONOMI
UNIVERSITAS NEGERI MEDAN

2019