

**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



THE
Caracter Building
FAKULTAS EKONOMI
UNIVERSITAS NEGERI MEDAN
2019