

PENGARUH *BRAND IMAGE*, *SWITCHING COST*, *PERCEIVED VALUE* DAN *CUSTOMER SATISFACTION* TERHADAP *BRAND LOYALTY* PADA OPERATOR JARINGAN SELULAR
DI SURABAYA

Rifqi Hasbur Rahman
Manajemen / Manajemen Pemasaran
Dr. Dudi Anandya , ST., M.Si
Siti Rahayu , S.E., M.M

ABSTRAK

Penelitian ini bertujuan sebagai pengetahuan pengaruh *brand image* dan *customer satisfaction* terhadap *brand loyalty* pada operator jaringan selular di Surabaya. Pada penelitian ini menggunakan pendekatan kuantitatif secara personal dengan analisis software SEM (*Structural Equation Model*) dan AMOS 22.0 for windows yang digunakan sebagai uji *Measurement Model* dan *Structural Model*. Teknik pengambilan sampel pada pengujian yaitu dengan jumlah sampel 300 responden yang berusia 17 - 50 tahun yang sebagai pengguna operator jaringan selular langganannya yang berada di Surabaya dalam 3 bulan terakhir.

Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa *Brand Image*, dan *Switching Cost* memiliki pengaruh negative pada *Customer satisfaction* sedangkan *Trust*, *Service Quality* dan *Perceived Value* memiliki pengaruh yang positif terhadap *Customer Satisfaction*. Dan *Customer satisfaction* memiliki pengaruh positif terhadap *Brand Loyalty*.

Kata Kunci : *Trust, Brand Image, Perceived Value, Customer satisfaction, Brand Loyalty*.

PENGARUH *BRAND IMAGE*, *SWITCHING COST*, *PERCEIVED VALUE* DAN *CUSTOMER SATISFACTION* TERHADAP *BRAND LOYALTY* PADA OPERATOR JARINGAN SELULAR
DI SURABAYA

Rifqi Hasbur Rahman
Manajemen /Manajemen Pemasaran
Dr. Dudi Anandya ,ST.,M.Si
Siti Rahayu , S.E., M.M

ABSTRACT

This study aims to determine the effect of brand image and customer satisfaction on brand loyalty to cellular network operators in Surabaya. In this study, using a personal quantitative approach with analysis software SEM (Structural Equation Model) and AMOS 22.0 for windows which is used as a test of the Measurement Model and Structural Model. The sampling technique in testing is a sample size of 300 respondents aged 17-50 years who are users of their subscribed cellular network operators in Surabaya in the last 3 months.

The results of this study indicate that Brand Image and Switching Cost have a negative influence on Customer Satisfaction while Trust, Service Quality and Perceived Value have a positive influence on Customer Satisfaction. And Customer satisfaction has a positive influence on Brand Loyalty.

Keywords: Trust,Brand Image, Perceived Value ,Customer satisfaction, Brand Loyalty.