

## PERAN KEPUASAN PELANGGAN DENGAN BIAYA BERALIH SEBAGAI VARIABEL MODERATOR TERHADAP LOYALITAS PELANGGAN OPERATOR SELULER Z

Shinta Kusumastuti

Fakultas Psikologi

Universitas Gadjah Mada

### INTISARI

Loyalitas pelanggan adalah prioritas utama setiap perusahaan untuk dapat bertahan di tengah ketatnya kompetisi. Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui peran kepuasan pelanggan terhadap loyalitas pelanggan dengan biaya beralih sebagai variabel moderator. Skala loyalitas pelanggan hasil modifikasi skala milik Sekar (2018), skala kepuasan pelanggan hasil modifikasi skala milik Fattah (2004), dan *Switching Cost Scale* modifikasi skala milik Burnham (2003) digunakan sebagai alat ukur. Subjek terdiri dari 164 pengguna operator seluler Z. Uji hipotesis dalam penelitian ini menggunakan analisis moderator regresi, menghasilkan nilai p sebesar 0,027 ( $p < 0,05$ ) dan memberikan sumbangan efektif sebesar 33,2% yang menunjukkan bahwa hipotesis dalam penelitian ini diterima yaitu, biaya beralih terbukti mampu memoderatori hubungan kepuasan pelanggan dengan loyalitas pelanggan.

**Kata kunci:** loyalitas pelanggan, kepuasan pelanggan, biaya beralih, moderator

## THE ROLE OF CUSTOMER SATISFACTION ON “Z” USER LOYALTY WITH SWITCHING COSTS AS A MODERATING VARIABLE

Shinta Kusumastuti

*Faculty of Psychology*

*Universitas Gadjah Mada*

### ABSTRACT

*Customer loyalty is a top priority for every company in order to survive in a tight competition. This study aims to examine the role of customer satisfaction on customer loyalty with switching cost as moderating variable. Three likert scales used in this study, namely Customer Loyalty Scale modified from Sekar (2018), Customer Satisfaction Scale modified from Fattah (2004), and Switching Cost Scale adapted from Burnham (2003). 164 “Z” user participated as subjects in this study. Moderated Regression Analysis used to confirm the hypothesis, which resulted in  $p=0,027$  ( $p<0,05$ ) and having an effective contribution of 33,2%. That value indicates that the hypothesis of this study is accepted, switching cost moderating the relationship between satisfaction and loyalty customer.*

**Keywords:** *customer loyalty, customer satisfaction, swicthing cost, moderated*