

ABSTRAK

Pengaruh *Switching Barrier* Terhadap Loyalitas Pelanggan Pada PT Agro Multiguna Sejati Jatimulyo Lampung Selatan

Oleh

Surya Erlando Pohan

Perusahaan mempertahankan pasarnya harus mampu mempertahankan pelanggannya, dengan menciptakan *switching barrier*. Penelitian ini memiliki tujuan untuk mengetahui pengaruh variabel *switching cost*, *relationship value* dan *attractiveness of alternatives* terhadap loyalitas konsumen PT. Agro Multiguna Sejati. Metode sampel yang digunakan adalah non probability sampling dengan teknik judgment sampling, terpilih 100 konsumen PT Agro Multiguna Sejati sebagai sampel. kemudian diolah dengan menggunakan alat analisis regresi linear berganda.

Hasil penelitian ini diketahui bahwa pengaruh *switching cost* sebesar 36,2%, pengaruh *relationship value* sebesar 22,7% dan *attractiveness of alternatives* memiliki pengaruh sebesar – 22,5% terhadap loyalitas konsumen. Berdasarkan hasil penelitian maka saran penelitian ini adalah dengan memberikan insentif kepada pelanggan lama yang mampu mendapatkan pelanggan baru bagi perusahaan. Saran lainnya adalah perlu meningkatkan komunikasi yang dibangun karyawan PT Agro Multiguna Sejati terhadap konsumen dengan cara meningkatkan frekuensi kunjungan dari 2 kali menjadi lebih banyak

Kata kunci : *Switching Cost, Relationship Value, Attractiveness of Alternatives* dan Loyalitas

ABSTRACT

Influence of Switching Barrier on Customer Loyalty PT Agro Multiguna Sejati Jatimulyo Lampung Selatan

By

Surya Erlando Pohan

Company maintains its customer by creating switching barrier. This research aims to know the influence of variables of switching cost, relationship value and attractiveness of alternatives on customer loyalty PT Agro Multiguna Sejati. The result sampling method is non probability sampling with judgment sampling technique, 100 customers as sample of PT Agro Multiguna Sejati and then processed by multiple regression method.

The result of this research is the variable switching cost has is 36,2% effect to customer loyalty. 22,7% effect of relationship value and – 22,5% effect of attractiveness of alternative to consumer loyalty. Based on the reseacrh result, the suggestion of this research is giving incentives to the old customers that may cause new customers. The another suggestion is improving communication between PT. Agro Multiguna Sejati employees to their costumers by increasing the number of visiting agenda.

Keywords : *Switching Cost, Relationship Value, Attractiveness of Alternatives and Loyalty*