



UNIVERSITAS PGRI ADI BUANA SURABAYA

SKRIPSI

PENGARUH *SWITCHING BARRIERS* DAN *CUSTOMER TRUST* TERHADAP LOYALITAS *CUSTOMER* MELALUI *SWITCHING INTENTION* PADA PELANGGAN IKAN LAUT IBU MAHARANI DI PASAR SEPANJANG SIDOARJO

Nadiva Nur Qanisak
191500203

Dosen Pembimbing
Dr. Fachrudy Asj'ari, S.Psi., M.M.

PROGRAM STUDI MANAJEMEN
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS
2023

**PENGARUH SWITCHING BARRIERS DAN CUSTOMER
TRUST TERHADAP LOYALITAS CUSTOMER
MELALUI SWITCHING INTENTION PADA
PELANGGAN IKAN LAUT IBU MAHARANI
DI PASAR SEPANJANG SIDOARJO**

SKRIPSI

Diajukan untuk memenuhi sebagian persyaratan memperoleh
Gelar Sarjana Manajemen (S.M)
Program Studi Manajemen Fakultas Ekonomi dan Bisnis
Universitas PGRI Adi Buana Surabaya

**NADIVA NUR QANISAK
NIM : 191500203**

**PROGRAM STUDI MANAJEMEN
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS
UNIVERSITAS PGRI ADI BUANA SURABAYA
2023**

LEMBAR PERSETUJUAN

LEMBAR PERSETUJUAN

Judul Skripsi : Pengaruh *Switching Barriers* Dan *Customer Trust* Terhadap Loyalitas *Customer* Melalui *Switching Intention* Pada Pelanggan Ikan Laut bu Maharani Di Pasar Sepanjang Sidoarjo

Identitas Mahasiswa

- a. Nama : Nadiva Nur Qanisak
- b. Nim : 191500203
- c. Program Studi : Manajemen
- d. Fakultas : Fakultas Ekonomi Dan Bisnis
Universitas PGRI Adi Buana Surabaya

Skripsi ini telah disetujui oleh dosen pembimbing dan layak untuk diuji:

Tanggal: 25 Juli 2023

Dosen Pembimbing



Dr. Fachrudin Asfari, S.Pd., M.M.

NIP: 1202612/1971

LEMBAR PENGESAHAN

HALAMAN PENGESAHAN

Judul Skripsi : Pengaruh *Switching Barriers* Dan *Customer Trust* Terhadap Loyalitas *Customer* Melalui *Switching Intention* Pada Pelanggan Ikan Laut bu Maharani Di Pasar Sepanjang Sidoarjo

Identitas Mahasiswa

- Nama : Nadiva Nur Qanisak
- Nim : 191500203
- Program Studi : Manajemen
- Fakultas : Fakultas Ekonomi Dan Bisnis
Universitas PGRI Adi Buana Surabaya
- Alamat e-mail : nadivaqanisak3018@gmail.com



Surabaya, 17 April 2023

Dosen Pembimbing

Dr. Fachrudiy As'ari, S.Pd., M.M.

NPP/NIP : 1202612/DY



BERITA ACARA UJIAN SKRIPSI

BERITA ACARA UJIAN SKRIPSI

Skripsi ini diterima dan disetujui oleh Panitia Ujian Skripsi Sarjana Manajemen Program Studi Manajemen Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas PGRI Adi Buana Surabaya:

Nama : Nadiva Nur Qanisak
Nim : 191500149
Judul Skripsi : Pengaruh *Switching Barriers* Dan *Customer Trust* Terhadap Loyalitas *Customer* Melalui *Switching Intention* Pada Pelanggan Ikan Laut bu Maharani Di Pasar Sepanjang Sidoarjo
Hari : Senin
Tanggal : 7 Agustus
Tahun : 2023

Penguji I



Tony Susilo Wibowo S.E., M.Pd., MSM
NPP/NIP: 0709494/DY

Penguji II



Siti Samsiyah S.E., M.M
NPP/NIP : 1511749/DY

SURAT PERNYATAAN KEASLIAN

SURAT PERNYATAAN KEASLIAN

Yang bertandatangan dibawah ini:

Nama : Nadiva Nur Qanisak
Nim : 191500203
Program Studi : Manajemen
Fakultas Ekonomi Dan Bisnis
Universitas PGRI Adi Buana Surabaya

Dengan ini menyatakan bahwa penelitian (skripsi) saya dengan judul : "Pengaruh *Switching Barriers* Dan *Customer Trust* Terhadap Loyalitas *Customer* Melalui *Switching Intention* Pada Pelanggan Ikan Laut bu Maharani Di Pasar Sepanjang Sidoarjo" yang saya usulkan dalam rangka memenuhi salah satu persyaratan untuk memperoleh gelar Sarjana Manajemen (S.M) Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas PGRI Adi Buana Surabaya Tahun Akademik 2023 bersifat original.

Bilamana dikemudian hari ditemukan ketidak sesuaian dengan pernyataan ini (ditemukan unsur plagiasi), maka saya bersedia dituntut dan diproses sesuai dengan ketentuan hukum yang berlaku.

Demikian pernyataan ini dibuat dengan sesungguhnya dan dengan sebenar-benarnya.

Surabaya, 7 Agustus 2023

Mahasiswa



Nadiva Nur Qanisak
Nim: 191500203

KATA PENGANTAR

Puji syukur penulis panjatkan atas kehadiran Allah SWT yang telah melimpahkan rahmat serta hidayah-Nya sehingga penulis dapat menyusun skripsi yang berjudul “Pengaruh *Switching Barriers* dan *Customer Trust* Terhadap Loyalitas *Customer* melalui *Switching Intention* Pada Pelanggan Ikan Laut Ibu Maharani di Pasar Sepanjang Sidoarjo” dapat terselesaikan dengan baik. Tak lupa sholawat serta salam tetap tercurahkan kepada junjungan nabi besar Muhammad SAW beserta keluarga, sahabat, serta pengikutnya hingga akhir zaman. Mulai dari penyusunan proposal skripsi ini adalah berkat adanya bimbingan, bantuan, serta dukungan dari berbagai pihak. Maka pada kesempatan ini dengan penuh hormat, penulis sampaikan terima kasih kepada :

1. Bapak Dr. Hartono, M.Si. selaku Rektor Universitas PGRI Adi Buana Surabaya.
2. Bapak Tony Susilo Wibowo, S.E., M.Pd., M.SM. selaku Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas PGRI Adi Buana Surabaya.
3. Bapak I Made Bagus Dwiarta, SE., M.M. selaku Ketua Program Studi Manajemen Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas PGRI Adi Buana Surabaya.
4. Bapak Dr. Fachrudy Asj'ari, S.Psi., M.M. selaku Dosen Pembimbing yang telah memberikan pengarahan, bimbingan, dan saran kepada penulis untuk menyelesaikan skripsi dengan baik.
5. Seluruh Bapak dan Ibu Dosen Fakultas Eonomi dan Bisnis Universitas PGRI Adi Buana Surabaya, yang telah mengajarkan ilmu pengetahuan selama proses perkuliahan.

6. Bapak Supadi dan Ibu Maharani yang telah memberikan izin penelitian serta pengambilan data yang dibutuhkan penulis.
7. Bapak Budi Suhartono dan Ibu Nurmasita selaku orang tua serta saudara (Gilang Aditya dan Radikatilasari) yang sudah memberikan banyak dukungan berupa materi dan hal lain yang tidak bisa penulis tuliskan disini serta do'a yang selalu menyertai penulis.
8. Dino Gabriel Marantika yang sudah bersedia meluangkan waktunya untuk membantu dan berkontribusi dalam segala hal yang tidak bisa penulis sampaikan disini.
9. Nim 191500085 selaku teman seperdosenan pembimbing yang sudah membantu penulis menyelesaikan skripsi ini.
10. Teman-teman seangkatan terutama Manajemen E 2019 yang telah memberikan dukungan dan semangat untuk terus berusaha dan menyelesaikan skripsi ini.

Penulis menyadari bahwa dalam penyusunan proposal skripsi ini masih banyak kekurangan dan jauh dari kata sempurna. Oleh karena itu, saran serta kritik yang membangun akan diterima sebagai masukan. Semoga kebaikan dari berbagai pihak diatas mendapat berkah Allah SWT, dan penulis berhadap skripsi ini dapat bermanfaat nantinya bagi pihak lainnya.

Surabaya, 11 Agustus 2023

Penulis

MOTTO

“Mencobalah hidup dengan berani untuk berbuat segala hal yang kamu sukai.”

ABSTRAK

Penelitian ini bertujuan untuk menguji dan menganalisis pengaruh *Switching Barriers* dan *Customer Trust* terhadap Loyalitas *Customer* melalui *Switching Intention* pada pelanggan ikan laut ibu Maharani di pasar Sepanjang Sidoarjo. *Switching barrier* dapat diukur dengan biaya transaksi, biaya pembelajaran, dan biaya pembuatan. Pada *customer trust* ada faktor yang bisa mempengaruhi kepercayaan seperti pengalaman, kualitas kerja dan kecerdasan. Lalu, pada *switching intention* terdapat faktor yang mempengaruhinya seperti ketidakpuasan konsumen, sikap pengajuan complain, dan kepercayaan diri. Loyalitas *customer* memiliki karakteristik seperti *repeat order*, *referrals*, serta *retention*. Menggunakan metode kuantitatif dengan sampel berjumlah 108 responden. Teknik pengambilan data dengan kuesioner yang diukur menggunakan *skala likert*. Menggunakan non probability sampling dengan teknik accidental sampling sebagai teknik pengambilan sampel. Teknik analisis menggunakan *partial least square* (PLS) dengan alat uji analisis statistika yaitu *software SmartPLS 4*. Hasil dari penelitian menunjukkan bahwa : 1) *Switching barriers* berpengaruh secara signifikan dan positif terhadap *switching intention*. 2) *Switching barriers* berpengaruh signifikan dan positif terhadap loyalitas *customer*. 3) *Customer trust* berpengaruh signifikan dan positif terhadap *switching intention*. 4) *Customer trust* berpengaruh signifikan dan positif terhadap loyalitas *customer*. 5) *Switching intention* berpengaruh signifikan dan positif terhadap loyalitas *customer*.

Kata kunci : *Switching Barrier, Customer Trust, Loyalitas Customer, Switching Intention*

ABSTRAC

This study aims to examine and analyze the effect of Switching Barriers and Customer Trust on Customer Loyalty through Switching Intention to customers of Ibu Maharani's marine fish in the Sepanjang market in Sidoarjo. Switching barrier can be measured by transaction costs, learning costs, and creation costs. In customer trust there are factors that can affect trust such as experience, quality of work and intelligence. Then, on switching intention there are factors that influence it such as consumer dissatisfaction, attitude towards filing complaints, and self-confidence. Customer loyalty has characteristics such as repeat orders, referrals, and retention. Using quantitative methods with a sample of 108 respondents. Data collection technique with a questionnaire that is measured using a Likert scale. Using non-probability sampling with accidental sampling technique as a sampling technique. The analysis technique uses partial least squares (PLS) with a statistical analysis test tool, namely SmartPLS 4 software. The results of the study show that: 1) Switching barriers have a significant and positive effect on switching intention. 2) Switching barriers have a significant and positive effect on customer loyalty. 3) Customer trust has a significant and positive effect on switching intention. 4) Customer trust has a significant and positive effect on customer loyalty. 5) Switching intention has a significant and positive effect on customer loyalty.

Keywords : Switching Barrier, Customer Trust, Loyalitas Customer, Switching Intention

DAFTAR ISI

SKRIPSI	ii
LEMBAR PERSETUJUAN.....	iii
LEMBAR PENGESAHAN	iv
BERITA ACARA UJIAN SKRIPSI.....	v
SURAT PERNYATAAN KEASLIAN	vi
KATA PENGANTAR	vii
MOTTO	ix
ABSTRAK	x
<i>ABSTRAC</i>	xi
DAFTAR ISI	xii
DAFTAR TABEL	xvii
DAFTAR GAMBAR	xviii
DAFTAR LAMPIRAN	xix
BAB I.....	1
PENDAHULUAN	1
1.1 Latar Belakang.....	1
1.2 Rumusan Masalah	5
1.3 Tujuan Penelitian	5
1.4 Manfaat Penelitian	6
BAB II	9
TELAAH PUSTAKA.....	9
2.1 Penelitian Terdahulu	9

2.2	Landasan Teori.....	15
2.2.1	Pemasaran.....	15
2.2.2	Manajemen pemasaran	16
2.2.3	Konsep Pemasaran.....	16
2.2.4	Bauran Pemasaran	17
2.2.5	<i>Switching Barriers</i> atau Hambatan Pindah.....	18
2.2.5.1	Pengertian <i>Switching Barriers</i> atau Hambatan Pindah.....	18
2.2.5.2	Faktor-faktor yang mempengaruhi <i>Switching Barriers</i> atau Hambatan Pindah	19
2.2.5.3	Bentuk-bentuk <i>Switching Barriers</i> atau Hambatan Pindah.....	21
2.2.5.4	Indikator <i>Switching Barriers</i> atau Hambatan Pindah	22
2.2.6	<i>Customer Trust</i> atau Kepercayaan Konsumen..	23
2.2.6.1	Pengertian <i>Customer Trust</i> atau Kepercayaan Konsumen.....	23
2.2.6.2	Karakteristik <i>Customer Trust</i> atau Kepercayaan Konsumen.....	24
2.2.6.3	Faktor-faktor yang mempengaruhi <i>Customer Trust</i> atau Kepercayaan Konsumen.....	24
2.2.6.4	Indikator <i>Customer Trust</i> atau Kepercayaan Konsumen.....	25
2.2.7	Loyalitas <i>Customer</i>	26
2.2.7.1	Pengertian Loyalitas <i>Customer</i>	26
2.2.7.2	Tahap dari Loyalitas.....	27
2.2.7.3	Model Loyalitas.....	28

2.2.7.4	Faktor-faktor yang mempengaruhi Loyalitas Customer.....	29
2.2.7.5	Karakteristik Loyalitas Customer.....	30
2.2.7.6	Indikator Loyalitas Customer	31
2.2.8	<i>Switching Intention</i> atau Niat Beralih.....	31
2.2.8.1	Pengertian <i>Switching Intention</i> atau Niat Beralih.....	31
2.2.8.2	Faktor-faktor yang mempengaruhi <i>Switching Intention</i> atau Niat Beralih.....	32
2.2.8.3	Indikator <i>Switching Intention</i> atau Niat Beralih.....	35
2.3	Kerangka konseptual.....	35
2.4	Hipotesis.....	36
BAB III	41
METODE PENELITIAN	41
3.1	Rancangan Penelitian	41
3.2	Populasi, Sampel dan Teknik Pengambilan Sampel	43
3.2.1	Populasi.....	43
3.2.2	Sampel	43
3.2.3	Teknik Pengambilan Sampel.....	44
3.3	Jenis dan Sumber Data	45
3.3.1	Jenis Data.....	45
3.3.2	Sumber Data	46
3.4	Teknik Pengumpulan Data.....	47
3.4.1	Prosedur Pengumpulan Data.....	47
3.4.2	Teknik Pengumpulan Data.....	48
3.4.3	Skala Pengukuran	49

3.4.4	Lokasi Penelitian	49
3.5	Variabel penelitian dan Definisi Operasional Variabel.....	49
3.5.1	Variabel Penelitian.....	49
3.5.2	Definisi Operasional Variabel	52
3.5.2.1	Switching Barriers (Hambatan Berpindah).52	
3.5.2.2	Customer Trust (Kepercayaan Konsumen) 52	
3.5.2.3	Loyalitas Customer.....	53
3.5.2.4	Switching Intention (Niat Beralih)	53
3.6	Teknik Analisis Data	54
3.6.1	Model Pengukuran (<i>Measurement Model</i>) atau <i>Outer Model</i>)	55
3.6.1.1	Uji Validitas	55
3.6.1.2	Uji Reliabilitas	57
3.6.2	Model Struktural (<i>Structural Model</i>) atau <i>Inner Model</i>).....	58
3.6.2.1	R-Square (R^2)	58
3.6.2.2	Q-Square (Q^2)	59
3.6.2.3	T-Statistic.....	59
3.6.2.4	Koefisien Jalur (Path Coefficient)	59
3.6.2.5	Goodnes of Fit (GoF) Index atau Model Fit 59	
3.6.2.6	Uji Hipotesis	60
BAB IV	61
HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN	61
4.1	Penyajian Data Penelitian	61
4.1.1	Sejarah Usaha	61
4.2	Deskripsi Hasil Penelitian.....	63
4.2.1	Karakteristik Responden.....	63

4.2.2	Distribusi Frekuensi Variabel Penelitian	65
4.3	Analisis data Penelitian.....	71
4.3.1	Model Pengukuran (<i>Measurement Model</i>) atau <i>Outer Model</i>	72
4.3.1.1	Uji Validitas	72
4.3.1.2	Uji Reliabilitas	78
4.3.2	Model struktural (<i>Struktural Model</i>) atau <i>Inner</i> <i>Model</i>	78
4.3.2.1	R-square	78
4.3.2.2	Q-Square	79
4.3.2.3	T-Statistic.....	79
4.3.2.4	Koefisien Jalur (Path Coefficients).....	81
4.3.2.5	Goodnes of Fit (GoF) Index atau Model Fit	84
4.3.2.6	Uji Hipotesis	84
4.4	Pembahasan Hasil Penelitian	86
Bab V	91
Simpulan dan saran	91
5.1	Simpulan	91
5.2	Saran	92
DAFTAR PUSTAKA	93

DAFTAR TABEL

Tabel	Halaman
3. 1 Penilaian Skala Likert	49
4. 1 Karakteristik Responden Berdasarkan	63
4. 2 Karakteristik Responden	64
4. 3 Distribusi Frekuensi Variabel <i>Switching Barriers</i>	65
4. 4 Distribusi Frekuensi Variabel <i>Customer Trust</i>	67
4. 5 Distribusi Frekuensi Variabel <i>Switching Intention</i>	68
4. 6 Distribusi Frekuensi Variabel <i>Loyalitas Customer</i>	70
4. 7 Hasil nilai <i>loading factor</i> <i>Switching Barriers</i> (X1)	73
4. 8 Hasil nilai <i>loading factor</i> <i>Customer Trust</i> (X2)	73
4. 9 Hasil nilai <i>loading factor</i> <i>Switching Intention</i> (Y1)	74
4. 10 Hasil nilai <i>loading factor</i> <i>Loyalitas Customer</i> (Y2)	74
4. 11 Uji AVE	75
4. 12 Uji <i>Fornell Larcker Criterion</i>	76
4. 13 Uji <i>Cross Loading</i>	77
4. 14 Uji <i>Composite Reliability</i> dan <i>Crombach's Alpha</i>	78
4. 15 Uji <i>R-square</i>	78
4. 16 Uji <i>T-statistics</i>	80
4. 17 Uji <i>Path Coefficients</i>	82
4. 18 Uji Model Fit	84
4. 19 Uji Hipotesis	85

DAFTAR GAMBAR

Gambar	Halaman
2. 1 Kerangka Konseptual	36
3. 1 Rancangan Penelitian	42
4. 1 Diagram Jalur (<i>output SmartPLS 2023</i>)	72

DAFTAR LAMPIRAN

- Lampiran 1 : Kuesioner Penelitian
- Lampiran 2 :Berita Acara Bimbingan Skripsi
- Lampiran 3 : Persetujuan Ujian Proposal
- Lampiran 4 : Berita Acara Ujian Proposal
- Lampiran 5 : Catatan Ujian Proposal
- Lampiran 6 : Persetujuan Skripsi
- Lampiran 7 : Surat Pengantar Plagiasi
- Lampiran 8 : Surat Pernyataan Bebas Plagiasi
- Lampiran 9 : Berita Acara Revisi Skripsi
- Lampiran 10 : Tabulasi Data Responden
- Lampiran 11 : Output Pengolahan Data *SmartPLS 4*