

**PENGARUH *CUSTOMER SATISFACTION*, *BRAND TRUST*, DAN *SWITCHING BARRIERS* TERHADAP *CUSTOMER RETENTION* PADA PENGGUNA JASA TRANSPORTASI ONLINE GRAB DI KOTA SURABAYA**

**SKRIPSI**



**Diajukan Oleh:**

**FARDHA MAULIDAH**

**19012010064/FEB/EM**

**PROGRAM STUDI MANAJEMEN  
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS  
UNIVERSITAS PEMBANGUNAN NASIONAL "VETERAN"**

**JAWA TIMUR**

**2023**

**PENGARUH *CUSTOMER SATISFACTION*, *BRAND TRUST*, DAN *SWITCHING BARRIERS* TERHADAP *CUSTOMER RETENTION* PADA PENGGUNA JASA TRANSPORTASI ONLINE GRAB DI KOTA SURABAYA**

**SKRIPSI**

**Diajukan Kepada Fakultas Ekonomi dan Bisnis  
Universitas Pembangunan Nasional "Veteran" Jawa Timur  
Untuk Menyusun Skripsi S-I Program Studi Manajemen**



**Diajukan Oleh:**

**FARDHA MAULIDAH**

**19012010064/FEB/EM**

**PROGRAM STUDI MANAJEMEN  
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS  
UNIVERSITAS PEMBANGUNAN NASIONAL "VETERAN"  
JAWA TIMUR**

**2023**

**SKRIPSI**

**PENGARUH *CUSTOMER SATISFACTION*, *BRAND TRUST*, DAN *SWITCHING BARRIERS* TERHADAP *CUSTOMER RETENTION* PADA PENGGUNA JASA TRANSPORTASI ONLINE GRAB DI KOTA SURABAYA**

Disusun Oleh:


**FARDHA MAULIDAH**  
**19012010064/FEB/EM**


Telah Dipertahankan dan Diterima Oleh Tim Penguji Skripsi Program Studi Manajemen Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Pembangunan Nasional “Veteran” Jawa Timur

Pada Tanggal : 12 Oktober 2023

Koordinator Program Studi Manajemen  
Fakultas Ekonomi dan Bisnis

Pembimbing Utama

  
**Dr. Wiwik Handayani, S.E., M.Si**  
**NIP. 196901132021212003**

  
**Dr. Sugeng Purwanto, S.E., M.M.**  
**NIP. 196801081989031001**

Mengetahui,  
Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis  
Universitas Pembangunan Nasional “Veteran” Jawa Timur



  
**Dr. Dra. Ec. Tri Kartika Pertiwi, M.Si. CRP**  
**NIP. 196304201991032001**

## SURAT PERNYATAAN ORISINALITAS KARYA

Yang bertanda tangan di bawah ini :

Nama Lengkap : Fardha Maulidah  
NPM : 19012010064  
NIK : 3578194206010001  
Tempat/Tanggal Lahir : Surabaya/02 Juni 2001  
Alamat : Dk. Gendong RT. 01 RW. 03 Kel. Romokalisari Kec.  
Benowo Kota Surabaya  
Judul Artikel : Pengaruh *Customer Satisfaction*, *Brand Trust*, dan  
*Switching Barriers* terhadap *Customer Retention*  
pada Pengguna Jasa Transportasi Online Grab di  
Kota Surabaya

Saya menyatakan bahwa skripsi ini merupakan hasil dari pemikiran sendiri,  
serta bukan dari saduran/terjemahan/plagiarisme.

Demikianlah pernyataan ini dibuat dalam keadaan sadar dan tanpa ada unsur  
paksaan dari siapapun. Jika di kemudian hari terbukti ada unsur plagiarisme  
maka kelulusan akan dibatalkan, saya bersedia dibatalkannya gelar akademik  
yang telah saya raih.

Surabaya, 12 Oktober 2023  
yang menyatakan,



Fardha Maulidah

## KATA PENGANTAR

Puji syukur penulis panjatkan kehadirat Allah SWT yang telah melimpahkan rahmat dan karunia-Nya sehingga penulis dapat menyusun skripsi dengan judul **“PENGARUH *CUSTOMER SATISFACTION, BRAND TRUST, DAN SWITCHING BARRIERS* TERHADAP *CUSTOMER RETENTION* PADA PENGGUNA JASA TRANSPORTASI ONLINE GRAB DI KOTA SURABAYA”**.

Skripsi ini disusun untuk memenuhi salah satu persyaratan dalam memperoleh gelar Sarjana Manajemen pada Program Studi Manajemen Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Pembangunan Nasional “Veteran” Jawa Timur.

Penyusunan skripsi ini tidak terlepas dari bimbingan, pengarahan serta motivasi dari berbagai pihak. Oleh karena itu, pada kesempatan ini penulis mengucapkan terima kasih yang sebesar-besarnya kepada:

1. Allah S.W.T yang telah memberikan Rahmat dan Karunia-Nya sehingga penulis dapat menyusun dan menyelesaikan penyusunan skripsi hingga selesai.
2. Prof. Dr. Ir. Akhmad Fauzi, M,MT. selaku Rektor Universitas Pembangunan Nasional “Veteran” Jawa Timur.
3. Ibu Dr. Dra. Ec. Tri Kartika Pertiwi, MSI., CRP selaku Dekan Universitas Pembangunan Nasional “Veteran” Jawa Timur.
4. Ibu Dr. Wiwik Handayani, SE., M.Si selaku Koordinator Program Studi Manajemen Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Pembangunan Nasional “Veteran “ Jawa Tmur.

5. Bapak Dr. Sugeng Purwanto, S.E., M.M. selaku dosen pembimbing yang telah bersedia meluangkan waktu untuk membimbing penulis dengan penuh kesabaran dan juga memberikan pengarahan dalam membantu penulis menyusun skripsi ini.
6. Seluruh dosen Program Studi Manajemen yang telah memberikan ilmunya dengan tulus dan Ikhlas kepada penulis selama masa perkuliahan, serta terima kasih kepada staff karyawan Program Studi Manajemen atas bantuannya kepada penulis selama mengurus administrasi perkuliahan.
7. Kedua orang tua penulis, Bapak Sawi dan Ibu Susiati yang telah memberikan dukungan moril dan materiil selama pelaksanaan dan penyusunan skripsi ini dan juga do'a yang dipanjatkan tiada hentinya kepada penulis.
8. Kakak-kakak penulis, Suyitno, Dewi Purwanti, Siti Faizah, dan Yahya yang selalu memberikan support dalam proses penyelesaian skripsi ini.
9. Terima kasih untuk diri sendiri yang telah bekerja keras, pantang menyerah, dan tetap semangat untuk menyelesaikan skripsi ini dengan sebaik mungkin.
10. Nur Afiat selaku partner terbaik yang selalu memotivasi dan memberi semangat selama penyusunan skripsi ini.
11. Rias Winanda dan Munirotul Aina sebagai teman seperjuangan yang selalu menemani, membantu, dan saling memberi dukungan selama empat tahun melakukan studi Manajemen hingga proses penyusunan skripsi berakhir.
12. Sahabat penulis, Zuhrotul Ulum, Novia, Roisa, Charisma, dan Dhea yang selalu memberikan do'a, dukungan, semangat dalam menyelesaikan skripsi ini.

13. Terima kasih kepada semua pihak yang terlibat dan tidak dapat penulis sebutkan satu persatu yang telah membantu dan memberikan dukungan, semangat, dan do'a dalam proses penyusunan skripsi ini.

Penulis menyadari masih banyak kekurangan pada skripsi ini. Oleh karena itu, penulis mengharapkan kepada pembaca untuk memberikan kritik dan saran yang membangun untuk penyempurnaan kedepannya. Penulis juga berharap semoga skripsi ini dapat memberikan manfaat bagi berbagai kalangan pembaca.

Surabaya, 07 Maret 2023

Penulis

## DAFTAR ISI

<b>LEMBAR PENGESAHAN .....</b>	<b>i</b>
<b>LEMBAR ORISINALITAS .....</b>	<b>ii</b>
<b>KATA PENGANTAR.....</b>	<b>iii</b>
<b>DAFTAR ISI.....</b>	<b>vi</b>
<b>DAFTAR TABEL .....</b>	<b>x</b>
<b>DAFTAR GAMBAR .....</b>	<b>xi</b>
<b>DAFTAR LAMPIRAN .....</b>	<b>xii</b>
<b>ABSTRAK .....</b>	<b>xiii</b>
<b>BAB I.....</b>	<b>1</b>
<b>PENDAHULUAN.....</b>	<b>1</b>
1.1 Latar Belakang .....	1
1.2 Rumusan Masalah .....	9
1.3 Tujuan Penelitian.....	10
1.4 Manfaat Penelitian .....	10
<b>BAB II .....</b>	<b>12</b>
<b>TINJAUAN PUSTAKA .....</b>	<b>12</b>
2.1 Penelitian Terdahulu .....	12
2.2 Landasan Teori .....	15



2.2.1	Perilaku Konsumen .....	15
2.2.2	<i>Customer Satisfaction</i> .....	17
2.2.3	<i>Brand Trust</i> .....	22
2.2.4	<i>Switching Barriers</i> .....	25
2.2.5	<i>Customer Retention</i> .....	28
2.3	Hubungan Antar Variabel .....	29
2.3.1	Hubungan Antar Variabel <i>Customer Satisfaction</i> dan <i>Customer Retention</i> .....	29
2.3.2	Hubungan Antar Variabel <i>Brand Trust</i> dan <i>Customer Retention</i> .....	30
2.3.3	Hubungan Antar Variabel <i>Switching Barriers</i> dan <i>Customer Retention</i> .....	31
2.4	Kerangka Konseptual .....	32
2.5	Hipotesis .....	33
<b>BAB III</b>	.....	<b>34</b>
<b>METODE PENELITIAN</b>	.....	<b>34</b>
3.1	Definisi Operasional dan Pengukuran Variabel .....	34
3.1.1	Variabel Independen .....	34
3.1.2	Variabel Dependen .....	36
3.1.3	Pengukuran Variabel .....	36
3.2	Teknik Pengambilan Sampel .....	37

3.2.1 Populasi Penelitian .....	37
3.2.2 Sampel Penelitian .....	38
3.2.3 Teknik Sampling .....	38
3.3 Teknik Pengumpulan Data .....	39
3.3.1 Jenis Data .....	39
3.3.2 Metode Pengumpulan Data .....	40
3.4 Uji Validitas dan Uji Reliabilitas .....	40
3.4.1 Uji Validitas .....	40
3.4.2 Uji Reliabilitas .....	41
3.5 Teknik Analisis dan Uji Hipotesis .....	42
3.5.1 Teknik Analisis Data .....	42
3.5.2 Model Indikator Refleksif .....	43
3.5.3 Model Indikator Formatif .....	45
3.5.4 Cara Kerja PLS .....	46
3.5.5 Langkah-Langkah PLS .....	47
3.5.6 Asumsi PLS .....	56
3.5.7 Ukuran Sampel .....	56
<b>BAB IV .....</b>	<b>57</b>

<b>HASIL DAN PEMBAHASAN .....</b>	<b>57</b>
4.1 Deskripsi Objek Penelitian .....	57
4.2 Deskripsi Hasil Penelitian .....	58
4.2.1 Deskripsi Karakteristik Responden .....	58
4.2.2 Deskripsi Variabel .....	61
4.3 Deskripsi Hasil Analisis Data .....	67
4.3.1 Evaluasi Outlier .....	67
4.3.2 Interpretasi Hasil Olah Data PLS .....	68
4.4 Pembahasan Hasil Penelitian .....	78
4.4.1 Pengaruh <i>Customer Satisfaction</i> terhadap <i>Customer Retention</i> .....	78
4.4.2 Pengaruh <i>Brand Trust</i> terhadap <i>Customer Retention</i> .....	79
4.4.3 Pengaruh <i>Switching Barriers</i> terhadap <i>Customer Retention</i> .....	81
<b>BAB V .....</b>	<b>83</b>
<b>KESIMPULAN DAN SARAN .....</b>	<b>83</b>
5.1 Kesimpulan .....	83
5.2 Saran .....	84
<b>DAFTAR PUSTAKA .....</b>	<b>86</b>
<b>LAMPIRAN .....</b>	<b>89</b>

## DAFTAR TABEL

Tabel 1.1 Top Brand Index Kategori Retail Jasa Transportasi Online .....	5
Tabel 3.1 Skala Likert .....	37
Tabel 4.1 Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis Kelamin .....	59
Tabel 4.2 Karakteristik Responden Berdasarkan Usia .....	59
Tabel 4.3 Karakteristik Responden Berdasarkan Pekerjaan .....	60
Tabel 4.4 Deskripsi Variabel <i>Customer Satisfaction</i> (X1) .....	61
Tabel 4.5 Deskripsi Variabel <i>Brand Trust</i> (X2) .....	63
Tabel 4.6 Deskripsi Variabel <i>Switching Barriers</i> (X3) .....	64
Tabel 4.7 Deskripsi Variabel <i>Customer Retention</i> (Y) .....	66
Tabel 4.8 Hasil Uji Outlier .....	67
Tabel 4.9 <i>Outer Loadings</i> (Meam, STDEV, T-Values) .....	69
Tabel 4.10 <i>Cross Loading</i> .....	70
Tabel 4.11 <i>Average Variance Extracted</i> (AVE) .....	71
Tabel 4.12 <i>Composite Reliability</i> .....	72
Tabel 4.13 <i>Latent Variable Correlation</i> .....	73
Tabel 4.14 <i>R-Square</i> .....	75
Tabel 4.15 <i>Path Coefficients</i> (Mean, STDEV, T-Values) .....	76

## DAFTAR GAMBAR

Gambar 1.1 Layanan Transportasi Online Yang Digunakan Di Indonesia .....	3
Gambar 2.1 Kerangka Konseptual .....	32
Gambar 3.1 <i>Principal Factor Reflective Model</i> .....	44
Gambar 3.2 <i>Composite Latent Variable (Formative) Model</i> .....	45
Gambar 3.3 Diagram Jalur .....	48
Gambar 4.1 Logo Grab .....	57
Gambar 4.2 Outer Model dengan Factor Loading, Path Coefficient dan R-Square .....	74
Gambar 4.3 Inner Model dengan Nilai Signifikansi T-Statistic Bootstrapping .....	77

## **DAFTAR LAMPIRAN**

Lampiran 1 Kuesioner Penelitian .....	89
Lampiran 2 Tabulasi Data Responden .....	95
Lampiran 3 Deskripsi dan Hasil Outlier .....	101
Lampiran 4 Hasil Olah Data PLS .....	106

**PENGARUH *CUSTOMER SATISFACTION*, *BRAND TRUST*, DAN *SWITCHING BARRIERS* TERHADAP *CUSTOMER RETENTION* PADA PENGGUNA JASA TRANSPORTASI ONLINE GRAB DI KOTA SURABAYA**

Oleh:

**FARDHA MAULIDAH**

**19012010064/FEB/EM**

**Abstrak**

Banyaknya perusahaan bermunculan yang bergerak dibidang sejenis, membuat pasar terbagi menjadi beberapa bagian spesifik. Hal ini menjadikan semakin ketatnya persaingan setiap perusahaan dalam memperebutkan pangsa pasar dan mempertahankan pelanggan. Berdasarkan pemikiran tersebut, perlu adanya strategi bagi perusahaan untuk mempertahankan pelanggan yang sudah ada (*customer retention*) melalui beberapa faktor seperti *customer satisfaction*, *brand trust*, dan *switching barriers*.

Metode penelitian yang digunakan adalah metode penelitian kuantitatif. Sampel dalam penelitian ini berjumlah 120 responden yang merupakan pengguna jasa transportasi online Grab di Kota Surabaya. Teknik yang digunakan dalam menentukan sampel yaitu *non-probability sampling* dengan metode *purposive sampling*. Data diperoleh dengan menyebarkan kuesioner secara online melalui google form. Metode analisis data menggunakan *Structural Equation Modeling* (SEM) melalui *Partial Least Square* (PLS).

Hasil analisis pembahasan dalam penelitian ini dapat disimpulkan bahwa variabel *Customer Satisfaction*, *Brand Trust* dan *Switching Barriers* berpengaruh terhadap *Customer Retention* pada pengguna jasa transportasi online Grab di Kota Surabaya.

**Kata Kunci : *Brand Trust*, *Customer Retention*, *Customer Satisfaction*, *Switching Barriers***