JURNAL ILMIAH MANAJEMEN DAN BISNIS
P-ISSN 2620-9551
E-ISSN 2622-1616
JAMBURA: Vol 7. No 2. September 2024
Website Jurnal: http://ejurnal.ung.ac.id/index.php/JIMB

PENGARUH *SWITCHING BARRIER* TERHADAP LOYALITAS PELANGGAN BARBERSHOP (STUDI KASUS PADA BARBERSHOP SIBARBER KOTA GORONTALO)

Bachrudin Jusuf[1], Umin Kango[2], Ramlan Amir Isa[3]

Universitas Negeri Gorontalo, Gorontalo, Indonesia[1]
Universitas Negeri Gorontalo, Gorontalo, Indonesia[2]
Universitas Negeri Gorontalo, Gorontalo, Indonesia[3]

Email:bachrudinjusuf21@gmail.com[1]

Abstract: *This research aims to determine the effect of Switching Barriers on Sibarber customer loyalty in the city of Gorontalo. The method used in this research is a quantitative method. Data collection in this researchwas done was done through questionnaires distributed to 93 respondents, namely customers who visited Sibarber. The sampling method used in this research is non-probabilitynon-probability sampling, and the type of data used in this research is primary data. Analysis The data used is simple linear regression analysis. The research results show that the switching barrier partially influences customer loyalty, as indicated by the calculated t value of 5,833>1.986 with a significance level of 5%. This means that the switching barrier partially affects Sibarber customer loyalty. The R squaresquare value in this study was 0.599,0.599, or 59.9%, and the remaining 40.1% could be influenced by other factors not examined in this study or perhaps other factors that were not measured, such as switching costs, store atmosphere, physical evidence, and price.*

Keywords: *Switching Barriers; customer loyalty*

Abstrak: Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui Pengaruh Switching barrier Terhadap Loyalitas Pelanggan Sibarber kota Gorontalo. Metode yang digunakan dalam penelitian ini adalah metode kuantitatif. Pengumpulan data pada penelitian ini yaitu melalui kuisioner yang disebarkan kepada 93 responden yakni pelanggan yang berkunjung di Sibarber. Metode sampling yang digunakan dalam penelitian ini adalah Non-Probability Sampling dan jenis data yang digunakan dalam penelitian ini adalah data primer. Analisis Data yang digunakan adalah analisis regresi linier sederhana. Hasil penelitian menunjukkan bahwa secara parsial switching barrier berpengaruh terhadap loyalitas pelanggan ditunjukkan dengan nilai t hitung 5.833>1,986 dengan tingkat signifikan 5%. Artinya switching barrier secara parsial mempengaruhi loyalitas pelanggan Sibarber. nilai R Square dalam penelitian ini adalah sebesar 0,599 atau 59,9%, dan sisanya sebesar 40,1%, yang bisa dipengaruhi oleh faktor-faktor lain yang tidak diteliti dalam penelitian ini atau mungkin faktor-faktor lain yang tidak diukur seperti switching cost, store atmosfear, bukti fisik, dan harga.

Kata Kunci: Switching Barrier; Loyalitas Pelanggan

PENDAHULUAN

Sejak awal 2016, usaha barbershop mulai berkembang pesat di berbagai daerah, termasuk di kota tertentu yang memiliki lebih dari 20 gerai barbershop. Salah satu yang populer di kota tersebut adalah Sibarber, yang berlokasi di Jl. Palu, Kelurahan Liluwo Kota Tengah. Persaingan yang ketat dan konsumen yang semakin kritis menuntut barbershop untuk lebih inovatif dalam menciptakan nilai jasa pelayanan.

Untuk menghadapi persaingan, perusahaan seperti Sibarber harus memahami strategi untuk mempertahankan loyalitas pelanggan. Loyalitas pelanggan, menurut Tjiptono (2012), adalah kesetiaan konsumen terhadap suatu merek atau layanan, yang tercermin dari sikap positif dan kebiasaan konsisten dalam melakukan pembelian ulang. Kotler dan Keller (2016) menambahkan bahwa loyalitas tinggi terlihat dari frekuensi pembelian yang meningkat pada perusahaan tertentu dibandingkan pesaingnya.

Memahami faktor-faktor yang memengaruhi loyalitas pelanggan memungkinkan perusahaan untuk melakukan perbaikan dan inovasi guna meningkatkan kepuasan pelanggan setelah menggunakan layanan. Data pengunjung di Sibarber selama 11 bulan terakhir menunjukkan ilustrasi dari kepuasan pelanggan terhadap layanan yang diberikan.

Tabel 1. Laporan Jumlah Kunjungan Sibarber 2023

Bulan	Jumlah Kunjungan
Januari	1200
Februari	1040
Maret	960
April	856
Mei	1010
Juni	1102
Juli	1150
Agustus	1011
September	980
Oktober	1005
November	1074
Total	**11388**

Sumber: Sibarber 2023

Data menunjukkan bahwa Sibarber berhasil mempertahankan pangsa pasar dan meningkatkan kepuasan pelanggan, dengan mayoritas pengunjungnya adalah pelajar dan mahasiswa. Mereka menggunakan media sosial dan influencer untuk promosi, membangun hubungan yang kuat dengan basis konsumennya. Faktor loyalitas pelanggan tercermin dari kebiasaan mereka dalam melakukan pembelian secara teratur dan berulang. Salah satu faktor yang mempengaruhi loyalitas pelanggan adalah *Switching Barriers*, yakni kesulitan bagi konsumen untuk berpindah ke penyedia produk atau jasa lain.

Hambatan Berpindah menjadi alternatif pencegahan perubahan tindakan pada pelanggan agar tidak beralih pada produk lain. Dengan kepuasan pelanggan dan Switching Barrier yang tinggi, pelanggan enggan beralih ke produk lain dan tetap menggunakan produk atau jasa yang dipilihnya, yang berdampak positif pada customer retention. Loyalitas pelanggan menjadi krusial dalam strategi pemasaran perusahaan, memastikan kelangsungan dan kesuksesan jangka panjang.

Namun, persaingan sengit membuat perusahaan seperti Sibarber menghadapi kesulitan dalam mendapatkan lebih banyak pelanggan. Pasar yang dibanjiri oleh beragam produk dari pesaing, serta biaya masuk ke pasar baru yang tinggi, menjadi tantangan yang harus dihadapi.

Penelitian yang dilakukan oleh Juliani (2018) dengan judul "Pengaruh Switching Barrier Terhadap Loyalitas Pelanggan" menemukan bahwa Switching Barrier memiliki pengaruh positif terhadap loyalitas pelanggan. Namun, penelitian yang dilakukan oleh Yomen dan Bamatraf (2020) menunjukkan hasil yang berbeda, yaitu bahwa Switching Barrier tidak memiliki pengaruh terhadap loyalitas pelanggan.

Dari kedua temuan penelitian tersebut, dapat disimpulkan adanya research gap yang menunjukkan perbedaan dalam hubungan antara Switching Barrier dan loyalitas pelanggan. Meskipun penelitian oleh Juliani (2018) menemukan adanya pengaruh Switching Barrier terhadap loyalitas pelanggan, penelitian oleh Yomen dan Bamatraf (2020) tidak menemukan hubungan tersebut. Research gap ini menunjukkan perlunya penelitian lebih lanjut dan penjelasan yang mendalam.

Ada kemungkinan bahwa faktor-faktor lain atau konteks yang berbeda dapat mempengaruhi hubungan antara Switching Barrier dan loyalitas pelanggan. Selain itu, perbedaan dalam metodologi, sampel, atau variabel yang digunakan dalam kedua penelitian juga mungkin menjadi penyebab perbedaan hasil. Oleh karena itu, penelitian lebih lanjut diperlukan untuk memahami secara lebih mendalam hubungan antara Switching Barrier dan loyalitas pelanggan.Tujuan dari penelitian ini adalah untuk mengetahui Pengaruh Switching Barrier Terhadap Loyalitas Pelanggan Sibarber

METODE PENELITIAN

Pendekatan yang digunakan dalam penelitian ini adalah pendekatan kuantitatif. Pendekatan kuantitatif digunakan untuk meneliti populasi atau sampel tertentu dengan teknik pengambilan sampel yang digunakan pada penelitian ini adalah non-probability sampling, serta teknik yang digunakan adalah purposive sampling. Pengumpulan data enggunakan instrument analisis yang bersifat kuantitatif/statistik dengan tujuan untuk menguji hipotesis yang ditetapkan.

Populasi dalam penelitian ini adalah seluruh masyarakat yang berada di Kota gorontalo. Adapun berikut beberapa jumlah total kunjungan di Sibarber dalam sebelas bulan terahir dengan rata-rata pengunjung perbulan sebanyak 1035 orang. Teknik yang digunakan sebagai penentuan sampel dalam penelitian ini adalah purposive sampling. Purposive Sampling adalah teknik yang digunakan apabila anggota sampel yang dipilih secara khusus berdasarkan tujuan penelitiannya atau sering disebut sebagai teknik penarikan sampel. Jumlah data yang digunakan dalam penelitian ini berjumlah 93 data, yang didapat dari jumlah populasi sebanyak 1035 orang pengunjung tiap bulannya. Teknik pengumpulan data yang digunakan dalam penelitian ini adalah wawancara, kuesioner, studi kepustakaan dan dokumentasi.

Penelitian ini menggunakan analisis deskriptif kuantitatif, yaitu teknik yang menyangkut pengolahan data dengan menggunakan rumus-rumus atau teknik yang dapat diterapkan untuk menganalisis data. Teknik analisis data yang digunakan dalam penelitian ini yaitu analisis regresi linier berganda, uji asumsi klasik uji normalitas, dan uji hipotesis (uji parsial dan uji simultan) dengan menggunakan SPPS for windows 32, 2022.

HASIL PENELITIAN

Hasil Uji Instrumen

Uji Validitas Angket

Switching Barriers

Jumlah pertanyaan yang digunakan untuk mengukur *Switching Barriers* adalah sebanyak 9 pernyataan. Adapun hasil pengujian validitas sebagai berikut.

Tabel 2. Uji Valid Kuisioner Variabel *Switching Barriers* (X)

No	Nilai r Hitung	Nilai r Tabel	Keterangan
1	0.872	0,361	Valid
2	0.863	0,361	Valid
3	0.702	0,361	Valid
4	0.930	0,361	Valid
5	0.859	0,361	Valid
6	0.811	0,361	Valid
7	0,854	0,361	Valid
8	0.893	0,361	Valid
9	0.771	0,361	Valid

Sumber : Data olahan SPSS, 2023

Berdasarkan hasil pengujian validitas, pertanyaan dinyatakan valid apabila nilai r *hitung* > r *tabel*, dengan demikian dari keseluruhan pernyataan pada kuisioner variable *Switching Barriers* dinyatakan valid dan dapat digunakan dalam pengumpulan data penelitian.

Loyalitas Pelanggan

Jumlah pertanyaan yang digunakan untuk mengukur loyalitas pelanggan adalah sebanyak 12 pernyataan. Adapun hasil pengujian validitas sebagai berikut :

Tabel 3. Uji Valid Kuisioner Loyalitas Pelanggan (Y)

No	Nilai r Hitung	Nilai r Tabel	Keterangan
1	0.674	0,361	Valid
2	0.869	0,361	Valid
3	0.700	0,361	Valid
4	0.786	0,361	Valid
5	0.597	0,361	Valid
6	0.644	0,361	Valid
7	0.848	0,361	Valid
8	0.832	0,361	Valid
9	0.529	0,361	Valid
10	0.814	0,361	Valid
11	0.890	0,361	Valid

12	0.587	0,361	Valid

Sumber : Data olahan SPSS, 2023

Berdasarkan hasil pengujian validitas, pertanyaan dinyatakan valid apabila nilai r *hitung* > r *tabel*, dengan demikian keseluruhan item pernyataan pada kuisioner variabel loyalitas pelanggan dinyatakan valid dan dapat digunakan dalam pengumpulan data penelitian.

Uji Reliabilitas

Dalam pengujian reliabilitas batas nilai adalah 0,6. Jika hasil nilai dari pengujian kurang dari 0,6 maka dapat dikatakan kurang baik atau tidak reliabel. Hasil nilai dari pengujian reliabilitas ini terdapat pada kolom *realibility statistics (Cronbach's alpha).*

Tabel 4. Uji Reliabilitas Kuisioner

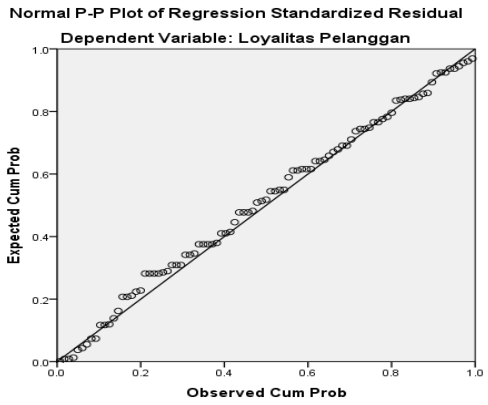
Variabel	Cronbach's Alpha	N Of Item	Keterangan
Switching Barriers	0,789	9	Reliabel
Loyalitas Pelanggan	0,770	12	Reliabel

Sumber : Hasil olahan SPSS, 2023

Berdasarkan hasil pengujian reliabilitas dihasilkan nilai *Cronbach;s Alpha* sebagaimana yang dapat dilihat pada tabel diatas dihasilkan nilai dari koefisien reliabilitas dari masing-masing variable adalah sebagai berikut: *Switching Barriers* (X) sebesar (0,789), dan Loyalitas Pelanggan (Y) sebesar (0,770). Dengan itu dapat disimpulkan semua variabel tersebut reliabel, karena memiliki nilai *Cronbach;s Alpha* diatas 0,6.

Uji Normalitas Data

Uji normalitas digunakan untuk menguji apakah dalam model regresi, variable dependen dan independen tersebut berdistribusi secara normal atau tidak. Dibawah ini merupakan hasil pengujian normalitas dengan aat ukur P-P plot sebagai berikut:



Gambar 1 Hasil Uji Normalitas Probability plot
Sumber Data olahan SPSS, 2023

Berdasarkan grafik diatas dilihat bahwa grafik normal probability plot menunjukan pola grafik yang normal. Hal ini dilihat dari titik-titik yang tersebar disekitas garis diagonal dan penyebarannya mengikuti arah garis diagonal. Berdasarkan hasil tersebut dapat disimpulkan bahwa model regresi memenuhi asumsi normalitas.

Uji T (Parsial)

Tabel 6. Uji T

Model	Unstandardized Coefficient	Standardized Coefficient	t	Sig.

		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	26.741	4.235		6.315	0.000
	Switching Barriers	0.652	0.112	0.522	5.833	0.000
a. Dependent Variable: Loyalitas Pelanggan						

Sumber Data olahan SPSS, 2023

Berdasarkan tabel hasil uji t (uji parsial) Diatas dapat dilihat masing-masing nilai t hitung dan signifikansi variabel independen diketahui nilai t tabel pada signifikansi 5% dengan persaaam t tabel t = (a/2 ; n – k -1)= (0,05 / 93 – 1 – 1) = (0,025 ; 91) = 1.986. Dengan ini didapatkan hasil sebagai berikut :

Diketahui bahwa t hitung dari variabel *Switching Barriers* adalah 5.833, yang lebih besar dari t tabel sebesar 1,986. Selain itu, nilai signifikansi (Sig) adalah 0,000, yang lebih kecil dari level signifikansi yang umumnya digunakan yaitu 0,05. Dengan demikian, hipotesis nol (H0) ditolak dan hipotesis alternatif (Ha) diterima.

Berdasarkan hasil tersebut, dapat disimpulkan bahwa variabel *Switching Barriers* memiliki pengaruh yang signifikan terhadap loyalitas pelanggan dari Sibarber. Artinya, terdapat hubungan yang kuat antara variabel *Switching Barriers* dengan loyalitas pelanggan, dan perubahan dalam *Switching Barriers* dapat berdampak signifikan terhadap loyalitas pelanggan pelanggan Sibarber.

Analisis Rergresi Linier

Tabel 7. Analisis Regresi Linier

Model		Unstandardized Coefficient		Standardized Coefficient	t	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	26.741	4.235		6.315	0.000
	Switching Barriers	0.652	0.112	0.522	5.833	0.000
a. Dependent Variable: Loyalitas Pelanggan						

Sumber Data olahan SPSS, 2023

Berdasarkan hasil perhitungan statistik, model regresi linear adalah sebagai berikut:

$$\hat{Y} = 26.741 + 0{,}652$$

Berdasarkan model persamaan regresi tersebut, maka dapat diitepretasiakn hal-hal sebagai berikut:

Nilai konstanta (a) sebesar 26.741 menunjukkan bahwa jika variabel *Switching Barriers* (X) tidak ada atau tidak diperhitungkan, maka sudah ada loyalitas pelanggan (Y) sebesar 26.741 poin. Dengan kata lain, nilai 126.741 merupakan nilai dasar atau tingkat loyalitas pelanggan yang terjadi tanpa adanya pengaruh dari variabel *Switching Barriers*.

Nilai koefisien regresi variabel *Switching Barriers* sebesar 0,652 mengindikasikan bahwa setiap peningkatan pengaruh dari variabel *Switching Barriers* sebesar 1 satuan akan meningkatkan loyalitas pelanggan sebesar 0,652 atau 65.2%. Dengan kata lain, adanya peningkatan sebesar 1 satuan dalam pengaruh *Switching Barriers* akan mengakibatkan peningkatan sebesar 0,652 dalam loyalitas pelanggan, atau sekitar 65.2% dari pengaruh *Switching Barriers* tersebut akan tercermin dalam peningkatan loyalitas pelanggan.

Koefisien Determinasi

Tabel 8 Uji Koefisien Determinasi R^2

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error Of The Estimate

1	.774a	0.599	0.595	1.920
a. Predictors: (Constant), Switching Barriers				
b. Dependent Variabel: Loyalitas Pelanggan				

Sumber Data olahan SPSS, 2023

Berdasarkan hasil analisis koefisien determinasi yang tercantum dalam tabel di atas, didapatkan nilai koefisien determinasi atau R Square sebesar 0,599 atau 59,9%. Nilai ini menunjukkan bahwa sebesar 59,9% dari variasi dalam variabel loyalitas pelanggan dapat dijelaskan atau dipengaruhi oleh variabel *Switching Barriers* yang diteliti dalam penelitian ini. Sisanya, yaitu sebesar 40,1%, dapat dipengaruhi oleh faktor-faktor lain yang tidak diteliti dalam penelitian ini atau mungkin faktor-faktor lain yang tidak diukur dalam model analisis.

PEMBAHASAN

Pengaruh Switching Barriers Terhadap Loyalitas Pelanggan Sibarber

Berdasarkan hasil penelitian yang dilakukan terhadap pelanggan Sibarber, ditemukan bahwa strategi Switching Barriers yang diterapkan oleh Sibarber dinilai sangat baik oleh pelanggan. Hasil penelitian juga menunjukkan bahwa strategi tersebut memiliki pengaruh positif yang signifikan terhadap loyalitas pelanggan Sibarber.

Dengan demikian, dapat disimpulkan bahwa strategi Switching Barriers Sibarber berhasil meningkatkan loyalitas pelanggan. Respons positif dari pelanggan terhadap strategi tersebut mengindikasikan tingkat loyalitas yang tinggi, seperti yang tercermin dari penilaian "sangat baik" oleh responden.

Hasil penelitian menunjukkan adanya hubungan linier yang signifikan antara strategi Switching Barriers dengan loyalitas pelanggan Sibarber. Nilai koefisien determinasi menunjukkan pengaruh yang signifikan sebesar 59,9%, menandakan keterkaitan yang kuat antara kedua variabel tersebut. Strategi Switching Barriers yang efektif memberikan pengaruh positif terhadap loyalitas pelanggan, menciptakan ketergantungan pada produk atau layanan tertentu, dan menghasilkan tingkat loyalitas yang tinggi.Hal ini menegaskan pentingnya strategi Switching Barriers yang baik dalam mempengaruhi perilaku konsumen dan meningkatkan performa penjualan Sibarber.

Hasil penelitian ini konsisten dengan temuan sebelumnya yang menunjukkan bahwa strategi Switching Barriers berpengaruh terhadap loyalitas pelanggan. Penelitian-penelitian oleh Wulana et al. (2023), Umar et al. (2020), Juliani (2018), Rahman dan Juwita (2023), Apriliani et al. (2022), dan Putri et al. (2016) juga menegaskan bahwa Switching Barriers memiliki dampak positif terhadap loyalitas pelanggan. Hal ini sejalan dengan pandangan Siahaan (2014) yang menyatakan bahwa Switching Barriers memiliki pengaruh positif dan signifikan terhadap loyalitas pelanggan.

Pendapat yang sama juga disampaikan oleh Bansal dan Taylor (dalam Ranaweera dan Prabhu, 2003; dalam Daneh dkk, 2012), yang menganggap Switching Barriers sebagai penilaian konsumen terhadap sumber daya dan kesempatan yang diperlukan saat berpindah atau pembatas terhadap tindakan untuk berpindah. Switching Barriers dianggap sebagai salah satu program loyalitas pelanggan yang bermanfaat dan dapat memperkuat hubungan jangka panjang dengan pelanggan.

Namun, hasil penelitian ini berbeda dengan temuan Bamatraf dan Yomen (2020), yang menemukan bahwa Switching Barriers tidak memiliki pengaruh terhadap loyalitas pelanggan. Meskipun demikian, teori yang diajukan oleh Sari (2012) mendukung pandangan bahwa Switching Barriers merupakan salah satu program loyalitas pelanggan yang bermanfaat untuk meningkatkan hubungan jangka panjang dengan pelanggan. Selain itu, menurut Murdayah et al. (2021), Switching Barriers juga dapat dianggap sebagai hambatan atau biaya yang harus ditanggung konsumen jika ingin beralih dari suatu merek ke merek lain.

Dalam kerangka konsep Tjiptono dan Candra (dalam Priansa, 2017), loyalitas pelanggan adalah komitmen pelanggan terhadap suatu produk atau jasa yang tercermin dari sikap yang sangat positif dan perilaku pembelian ulang yang dilakukan secara konsisten dalam jangka waktu yang lama. Dengan demikian, strategi Switching Barriers dapat menjadi faktor penting dalam membangun dan mempertahankan loyalitas pelanggan.

SARAN

Saran yang diajukan berdasarkan hasil penelitian dan pembahasan dapat memberikan manfaat dan menjadi bahan pertimbangan bagi pihak-pihak yang berkepentingan, seperti berikut:

1. Penguatan Monitoring Internal oleh Sibarber:
   Memperkuat sistem monitoring internal untuk memastikan setiap kunjungan memberikan kesan positif kepada pelanggan. Ini dapat dilakukan melalui survei kepuasan pelanggan secara berkala atau evaluasi internal untuk mengidentifikasi area di mana pelayanan dapat ditingkatkan. Strategi pemasaran dapat menyoroti cerita sukses atau testimoni pelanggan yang positif. Ini akan memengaruhi persepsi pelanggan tentang Sibarber dan mendorong mereka untuk berbicara tentang pengalaman positif mereka. Fokus pada setiap detail dari pengalaman pelanggan, mulai dari pelayanan hingga suasana, untuk memastikan bahwa setiap kunjungan memberikan kesan positif yang tinggi kepada pelanggan.
2. Pengembangan Penelitian Selanjutnya:
   Memperluas cakupan penelitian dengan memasukkan variabel tambahan yang berpotensi mempengaruhi loyalitas pelanggan, seperti faktor psikologis atau faktor sosial. Hal ini akan membantu dalam memperoleh gambaran yang lebih lengkap tentang faktor-faktor yang berkontribusi terhadap loyalitas pelanggan.

DAFTAR PUSTAKA

Almira, M. D. (2021). Analis Faktor Kelengkapan Produk, Kualitas Produk, Citra Produk, dan Tempat Terhadap Loyalitas Konsumen Pada Toko Aini Fashion Kotapinang. Jurnal Manajemen Akuntansi (JUMSI), 1(3), 449-461.

Elpita, D., Studi, P., Administrasi, I., Ilmu, F., Dan, S., Politik, I., & Utara, U. S. (2017). Pengaruh Switching Barrier (Hambatan Berpindah) Terhadap Loyalitas Pelanggan Kartu Perdana Internet Telkomsel (Studi pada Mahasiswa Universitas Dharmawangsa Medan).

Fauziati, Retno Riska. 2019. Pengaruh Customer Value, Customer Satisfaction dan Interaksi Terhadap Loyalitas Pelanggan. Skripsi.Institut Agama Islam Negeri Purwokerto. http://repository.iainpurwokerto.ac.id/5228/1/cover-bab1-bab5-dafpus.pdfdiakses 15 Juni 2020.

Ghozali, Imam. 2018. Aplikasi Analisis Multivariate dengan Program IBM SPSS 25. Badan Penerbit Universitas Diponegoro: Semarang

Griffin, J., (2016), Customer Loyalty, Menumbuhkan dan Mempertahankan Kesetiaan Pelanggan. Alih Bahasa Dwi Kartini Yahya. Jakarta: Erlangga.

Hakim, Lukmanul. 2019. Pengaruh Financial Risk dan Performance Risk Terhadap Switching Barriers Nasabah PT. BPRS Lantabur Tebuireng. Jurnal Ekonomi Syari'ah, Vol. 2. No. 2. Hal. 91-134. Maret-Agustus 2019. STAI Luqman al-Hakim Surabaya.file:///C:/Users/lokahita/Downloads/78-Article%20Text-240-1-10-20191123.pdfdiakses

Ismanto, J. (2020). Manajemen pemasaran. Tangerang Selatan: Unpam Press.

Juliani, F. A. (2018). Pengaruh Switching Barrier Terhadap Loyalitas Pelanggan. Jurnal Ekonologi Ilmu Manajemen, 2(1), 101-104.

Kolonio, J., & Soepeno, D. (2019). Pengaruh service quality, trust, dan consumer satisfaction terhadap consumer loyalty pada Cv. Sarana Marine Fiberglass. Jurnal EMBA: Jurnal Riset Ekonomi, Manajemen, Bisnis dan Akuntansi, 7(1).

Kotler, P dan Keller, K.L. 2016. Manajemen Pemasaran Jilid I. Erlangga. Jakarta.

Kotler, P., & Keller, K. L. (2016).Marketing Management, 15th Edition. Harlow: Pearson Education Limited.

Murdayah, K. A., Hidayati, N., & Suharto, M. K. A. B. (2023). Pengaruh Kepuasan Pelanggan, Kepercayaan Pelanggan, Dan *Switching Barriers* Terhadap Loyalitas Pelanggan (Studi Kasus Steak Moen-Moen Malang). E-JRM: Elektronik Jurnal Riset Manajemen, 12(02).

Nainggolan, N. P. (2018). Satisfication, Trust, Choice Reduction and Habit, Customer's Loyalty, 6 (1)

Nurhidayati, M., & Cahyani, N. K. (2021). Faktor Yang Mempengaruhi Kepuasan dan Loyalitas Pengguna E-Channel pada Nasabah BSI KCP Ponorogo. Etihad: Journal of Islamic Banking and Finance, 1(2).

Priansa, D. J. (2017). Perilaku Konsumen Dalam Persaingan Bisnis Kontemporer. Bandung: Penerbit Alfabeta.

Rahman, A. E., & Juwita, R. (2023, April). The Dampak Kepercayaan Pelanggan, Kepuasan, Suasana Toko, Switching Barrier Terhadap Loyalitas Pelanggan Indomaret. In MDP Student Conference (Vol. 2, No. 2, pp. 338-344).

Rahman, Dzulfiqar Fathur. (2022). "Ini Sektor Usaha yang Tumbuh Pesat pada Kuartal I-2022." Databoks. Tersedia online: https://databoks.katadata.co.id/datapublish/2022/05/09/ini-sektor-usaha-yang-tumbuh-pesat-pada-kuartal-i-2022

Rasyid, Harun. 2017. Pengaruh Kualitas dan Pemanfaatan Teknologi Terhadap Kepuasan dan Loyalitas Pelanggan Go-Jek. Jurnal Ecodemica, Vol 1 No. 2 September 2017, ISSN : 2355-0295, E-ISSN : 2549-8932.

Robby, Dharma. 2017. Pengaruh Kualitas Pelayanan, Kepercayaan dan Kepuasan Terhadap Loyalitas Pelanggan Pada PT. Padang Tour Wisata Pulau Padang. Jurnal EKOBISTEK Fakultas Ekonomi. Vol. 6, No. 2.

Saputro, D. A., Hufron, M., & Slamet, A. R. (2017). Pengaruh kepuasan pelanggan, kepercayaan pelanggan dan *Switching Barriers* terhadap loyalitas pelanggan (studi kasus pada toko Ogan Malang). E-JRM: Elektronik Jurnal Riset Manajemen, 6(02).

Putri, Nandya A., et al. "Pengaruh Citra Merek, Kepercayaan Merek, Dan Switching Barrier Terhadap Kepuasan Pelanggan Dan Dampaknya Pada Loyalitas Pelanggan (Survei Pada Mahasiswa S1 Jurusan Ilmu Administrasi Bisnis Fakultas Ilmu Administrasi Universitas Brawijaya Tahun 2014/2015 P." Jurnal Administrasi Bisnis S1 Universitas Brawijaya, vol. 32, no. 1, 16 Mar. 2016, pp. 128-134

Sari, T., & Ratna, S. (2012). Pengaruh Kepuasan Pelanggan, Kepercayaan Pelanggan dan *Switching Barriers* Terhadap Loyalitas Pelanggan Hartono Elektronika Surabaya (Doctoral dissertation, Widya Mandala Catholic University Surabaya).

Sugesti, Hesti & Bambang Tripitranto. (2016). Pengaruh *Switching Barriers* terhadap Loyalitas Mahasiswa Politeknik Pos Indonesia. Jurnal Competitive.Vol. 11 No.1

Sugiyono. 2018. Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatig, dan R&D, penerbit Alfabeta,Bandung

Suryani. (2018). Pengaruh Nilai Pelanggan dan Hambatan Berpindah terhadap Loyalitas Nasabah Tabungan pada Bank SUMSEL BABEl Syariah Cabang Palembang. UIN Raden Fatah Palembang: Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam Program Studi D3 Perbankan Syariah.

Veni, A. (2019). analisis preceived value, kepercayaan pelanggan dan Switching Barrier terhadap loyalitas pelanggan kosmetik INEZ (studi kasus pada toko kosmetik Aurel Dikotas Stabat).

Wulan, M., Yusnita, R. T., & Pauzy, D. M. (2023). Pengaruh Loyalitas Pelanggan Melalui Penerapan Harga, Switching Barrier Dan Trust In Brand. Jurnal Manajemen Pariwisata dan Perhotelan, 1(2), 17-26.