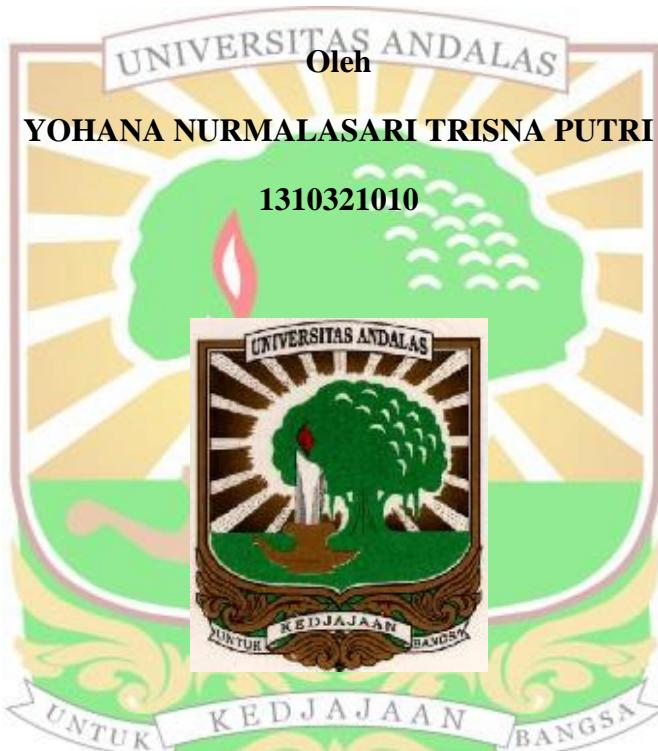


**PENGARUH KEPUASAN DAN PERSEPSI SWITCHING BARRIERS
TERHADAP LOYALITAS PELANGGAN**

(Studi Kasus Pada Pengguna Lapangan Futsal G Sport Center Di Kota Padang)

SKRIPSI

Diajukan Untuk Memenuhi Salah Satu Syarat Untuk Mendapatkan
Gelar Sarjana Psikologi



DOSEN PEMBIMBING:

1. LALA SEPTIYANI S, M. Psi, Psikolog
2. SITI MUHARNIS, M. Psi, Psikolog

**PROGRAM STUDI PSIKOLOGI
FAKULTAS KEDOKTERAN
UNIVERSITAS ANDALAS
PADANG
2018**

The Influence of Satisfaction and Perception of Switching Barriers toward Customer Loyalty

(Case Study in G Sport Center Futsal Field Padang)

Yohana NurmalaSari Trisna Putri¹⁾

Lala Septiyani Sembiring²⁾, Siti Muhamnis²⁾

¹⁾ Psychology Student, Faculty of Medicine, Andalas University

²⁾ Psychology Lecturer, Faculty of Medicine, Andalas University

yohananaNurmalaSariTp@gmail.com

ABSTRACT

Futsal is one of the most popular sports in Padang. It attracted some investors to do some investment in this field. One of them is G Sport Center Padang. However, since the beginning the number of GSport CenterPadang members is continuously decreasing. Loyalty is an important aspect for a company in order to retain the customer to use the products or services. There are several factors that can influence customer loyalty including customer satisfaction and perception of switching barriers.

The purpose of this study is to investigate the influences of satisfaction and perception of switching barriers toward customer loyalty in G Sport Center Padangfutsal court. The researcher collected the data from 90 members. Measurement tools that researcher used were customer satisfaction scale, the perception of switchingbarriers scale and customer loyalty scale.The result of this study was analyzed by multiple linear regression that showed the significant value of 0,267 ($p > 0,05$). Furthermore, the contribution of customer satisfaction and perception of switching barriers toward customer loyalty was 30%.

Key words: customer satisfaction, perception of switching barriers, customer loyalty

**Pengaruh Kepuasan dan Persepsi *Switching Barriers* Terhadap
Loyalitas Pelanggan
(Studi Kasus pada Pengguna Lapangan Futsal G Sport Center diKota
Padang)**

Yohana NurmalaSari Trisna Putri¹⁾

Lala Septiyani Sembiring²⁾, Siti Muhamnis²⁾

¹⁾ Mahasiswa Psikologi, Fakultas Kedokteran, Universitas, Andalas

²⁾ Dosen Psikologi, Fakultas Kedokteran, Universitas Andalas

yohananaNurmalaSariTp@gmail.com

ABSTRAK

Futsal merupakan salah satu olahraga yang diminati oleh cukup banyak peminat di Kota Padang. Hal tersebut menarik minat investor untuk menyediakan lapangan futsal, salah satunya adalah G Sport Centerdi Kota Padang. Sejak awal berdirinya G Sport Center terus mengalami penurunan jumlah *member*. Loyalitas pelanggan adalah salah satu aspek penting yang dapat menguntungkan perusahaan agar pelanggan memiliki kesetiaan terhadap produk atau jasa. Terdapat beberapa faktor yang mempengaruhi loyalitas pelanggan diantaranya adalah kepuasan pelanggan dan persepsi *switching barriers*.

Penelitian ini bertujuan untuk melihat pengaruh kepuasan dan persepsi *switching barriers* terhadap loyalitas pelanggan pengguna lapangan futsal G Sport Center di Kota Padang. Data didapatkan dari 90 *member* pengguna lapangan futsal G Sport Center di Kota Padang.Pengukuran dilakukan dengan menggunakan skala kepuasan pelanggan, skala persepsi *switching barriers*, dan skala loyalitas pelanggan. Hasil penelitian yang dianalisa dengan analisis regresi linear berganda menunjukkan nilai signifikansi sebesar 0,267 ($p>0,05$). Selanjutnya nilai kontribusi kepuasan pelanggan dan persepsi *switching barriers* memiliki pengaruh terhadap loyalitas pelanggan sebesar 30%.

Kata kunci: Kepuasan Pelanggan, Persepsi *Switching Barriers*, Loyalitas Pelanggan