

ABSTRAK

Tujuan dari penelitian ini adalah untuk mengetahui seberapa besar Pengaruh Kepuasan Pelanggan dan Hambatan Perpindahan Terhadap Loyalitas Konsumen Dengan Kepercayaan Konsumen Sebagai Variabel Intervening Pada Rumah Makan Salubuak Kabupaten Pasaman. Jenis penelitian yang digunakan dalam penelitian ini adalah jenis penelitian kuantitatif. Teknik pengumpulan data menggunakan observasi, wawancara, dan kuesioner. Populasi dalam penelitian adalah seluruh Konsumen Rumah Makan Salubuak Kabupaten Pasaman yang berjumlah 100 orang. Dalam penelitian ini menggunakan alat analisis *Structural Equation Modeling* (SEM) dengan menggunakan *Partial Least Square* (PLS). Hasil Penelitian menunjukkan bahwa: (1) Terdapat pengaruh positif dan signifikan antara Kepuasan Pelanggan terhadap Kepercayaan Konsumen. (2) Terdapat pengaruh positif dan signifikan antara Hambatan Perpindahan terhadap Kepercayaan Konsumen. (3) Terdapat pengaruh positif dan tidak signifikan antara Kepuasan Pelanggan terhadap Loyalitas Konsumen. (4) Terdapat pengaruh positif dan signifikan antara Hambatan Perpindahan terhadap Loyalitas Konsumen (5) Terdapat pengaruh positif dan signifikan antara Kepercayaan Konsumen terhadap Loyalitas Konsumen (6) Kepercayaan Konsumen memediasi Kepuasan Pelanggan terhadap Loyalitas Konsumen. (7) Kepercayaan Konsumen tidak memediasi Hambatan Perpindahan terhadap Loyalitas Konsumen.

Kata Kunci: Kepuasan Pelanggan, Hambatan Perpindahan, Kepercayaan Konsumen, Loyalitas Konsumen

ABSTRACT

The purpose of this research is to determine the extent of the influence of Customer Satisfaction and Switching Barriers on Consumer Loyalty with Consumer Trust as an Intervening Variable at Salubuak Restaurant, Pasaman Regency. The type of research used in this study is quantitative research. The data collection techniques used were observation, interviews, and questionnaires. The population in the study consists of all consumers of Rumah Makan Salubuak in Pasaman Regency, totaling 100 people. In this study, the analysis tool used is Structural Equation Modeling (SEM) with Partial Least Square (PLS). The research results show that: (1) There is a positive and significant influence between Customer Satisfaction and Consumer Trust. (2) There is a positive and significant influence between Switching Barriers and Consumer Trust. (3) There is a positive but insignificant effect of Customer Satisfaction on Consumer Loyalty. (4) There is a positive and significant influence of Switching Barriers on Consumer Loyalty. (5) There is a positive and significant influence between Consumer Trust and Consumer Loyalty. (6) Consumer Trust mediates Customer Satisfaction towards Consumer Loyalty. (7) Consumer Trust does not mediate the Switching Barriers towards Consumer Loyalty.

Keywords: Customer Satisfaction, Switching Barriers, Consumer Trust, Consumer Loyalty