

**ABSTRAK**

**PENGARUH SWITCHING COST, KUALITAS JASA DAN CITRA MEREK  
TERHADAP KEPUASAN UNTUK MENINGKATKAN LOYALITAS  
KONSUMEN SHOPEEPAY**

Studi Kasus pada Mahasiswa di Universitas Sanata Dharma

Azwar Maulana S  
Universitas Sanata Dharma  
Yogyakarta  
2021

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui apakah: 1) *switching cost* berpengaruh terhadap kepuasan, 2) kualitas pelayanan berpengaruh terhadap kepuasan, 3) citra merek berpengaruh terhadap kepuasan, 4) kepuasan berpengaruh terhadap loyalitas konsumen. Sampel dalam penelitian ini adalah mahasiswa Universitas Sanata Dharma yang menggunakan uang digital ShopeePay dan menggunakan pendekatan *purposive sampling*. Pengambilan sampel dilakukan dengan kuesioner dan diperoleh data sebanyak 113 responden. Teknik analisis data dalam penelitian ini adalah *Structural Equation Modeling* (SEM) yang diolah menggunakan *software LISREL*. Hasil penelitian menunjukkan bahwa: 1) *switching cost* berpengaruh positif terhadap kepuasan, 2) kualitas pelayanan berpengaruh positif terhadap kepuasan, 3) citra merek berpengaruh positif terhadap kepuasan, 4) kepuasan berpengaruh positif terhadap loyalitas konsumen.

Kata kunci: *switching cost*, kualitas layanan, citra merek, kepuasan, loyalitas.

**ABSTRACT**

**THE INFLUENCE OF SWITCHING COST, SERVICE QUALITY AND  
BRAND IMAGE TOWARD SATISFACTION TO INCREASE  
SHOPEEPAY CONSUMER LOYALTY**

Case Study on College Student at Sanata Dharma University

Azwar Maulana S  
Sanata Dharma University  
Yogyakarta  
2021

This study aims to determine whether: 1) *switching cost* influences satisfaction, 2) service quality influences satisfaction, 3) brand image influences satisfaction, 4) satisfaction influences consumer loyalty. The samples in this study were all college students at Sanata Dharma University who used ShopeePay e-money with purposive sampling approach. Sample was collected by using questionnaire and obtained 113 respondents. The data analysis technique in this study is *Structural Equation Modeling* (SEM) that proceed with LISREL software. The results show that: 1) *switching cost* had positive influence on satisfaction, 2) service quality had positive influence on satisfaction, 3) brand image had positive influence on satisfaction, 4) satisfaction had positive influence on consumer loyalty.

*Key words:* switching cost, service quality, brand image, satisfaction, consumer loyalty.