

ABSTRAK

Pengaruh Brand Trust, Switching Barriers, dan Loyalty Program Terhadap Customer Satisfaction serta Implikasinya terhadap Customer Retention pelanggan Netflix.

Oleh: Fenska Triyosa

Penelitian bertujuan untuk membuktikan pengaruh brand trust, switching barriers, dan loyalty programs Netflix terhadap customer retention melalui customer satisfaction. Dalam penelitian ini, 180 responden di Kota Padang dijadikan sampel. Metode analisis data menggunakan software Partial Least Square (PLS) SmartPLS versi 3.0.

Berdasarkan hasil pengujian hipotesis ditemukan bahwa switching barriers berpengaruh positif dan signifikan terhadap customer retention, sedangkan pada brand trust dan loyalty program berpengaruh positif dan tidak signifikan terhadap customer retention. Pada brand trust, switching barriers dan loyalty programs berpengaruh positif dan signifikan terhadap customer satisfaction. Maka, hasil hipotesis brand trust, switching barriers dan loyalty programs berpengaruh positif dan signifikan terhadap customer retention melalui customer satisfaction.

Kata Kunci : Brand Trust, Loyalty Program, Customer Satisfaction, Customer Retention