

ABSTRAKSI

Pentingnya loyalitas pelanggan dalam pemasaran tidak diragukan lagi. Pemasar sangat mengharapkan dapat mempertahankan pelanggannya dalam jangka panjang, bahkan jika mungkin untuk selamanya. Oleh karena itu penelitian ini ingin menguji faktor-faktor yang mempengaruhi loyalitas pelanggan. Faktor-faktor tersebut adalah: persepsi risiko, *switching cost* dan *corporate image* sebagai variabel moderasi antara *switching cost* dan loyalitas pelanggan. Data yang diperlukan, diperoleh melalui wawancara dengan menggunakan kuesioner kepada 100 responden. Data yang diperoleh kemudian dianalisis dengan menggunakan teknik *Partial Least Square (PLS-SEM)*.

Hasil pengujian statistic dengan menggunakan *Partial Least Square (PLS-SEM)* membuktikan bahwa, persepsi risiko berpengaruh positif terhadap *switching cost*, *switching cost* berpengaruh positif terhadap loyalitas pelanggan dan *corporate image* tidak memoderasi hubungan *switching cost* dan loyalitas pelanggan. Berdasarkan hasil pengujian hipotesis tersebut maka dapat ditarik beberapa implikasi manajerial. Yaitu loyalitas ditingkatkan dengan meningkatkan *switching cost* dan persepsi risiko. Hal ini dilakukan dengan cara Selalu menciptakan *performance* atau kinerja sistem yang lebih mudah di operasikan dan mudah dimengerti, dengan cara menciptakan *operating system* tidak lebih sulit dari edisi sebelumnya dan memberikan kemampuan multitasking yang mempunyai kapasitas lebih besar. Memberikan sistem keamanan yang lebih bagus agar tidak mudah terjangkiti virus atau diretas penjahat *cyber*. Memberikan persepsi lebih mahal dan sulit untuk pindah ke *operating system* lain dengan cara Meningkatkan kepuasan pelanggan dan memberikan pelayanan (performa) yang baik dalam *operating system*, Mempermudah dan mempermurah untuk penginstalan program baru dan Meningkatkan keterikatan pelanggan (misalkan: membentuk komunitas, *join branding* dengan perusahaan *handphone* atau komputer lainnya) untuk memberi nilai tambah bagi pelanggan Microsoft.

Kata Kunci : Persepsi Risiko, *Switching Cost*, *Corporate Image*, Loyalitas Pelanggan