

**ANALISIS PENGARUH *CUSTOMER
PERCEIVED VALUE, TRUST, DAN SWITCHING
COST* TERHADAP LOYALITAS PELANGGAN**

(Studi Kasus Pada Waroeng Spesial Sambal Cabang Tembalang Semarang)



SKRIPSI

Diajukan sebagai salah satu syarat
untuk menyelesaikan Program Sarjana (S1)
pada Program Sarjana Fakultas Ekonomika dan Bisnis
Universitas Diponegoro

Disusun oleh :

**RAHMAWATI PRABANDAN
NIM. 12010110141074**

**FAKULTAS EKONOMIKA DAN BISNIS
UNIVERSITAS DIPONEGORO
SEMARANG
2016**