

ABSTRAK

Tujuan dari penelitian ini adalah untuk menganalisis *pengaruh customer perceived value, trust dan switching cost* terhadap loyalitas pelanggan waroeng spesial sambal cabang tembalang semarang. Populasi yang digunakan dalam penelitian ini adalah masyarakat yang mengkonsumsi makanan di waroeng spesial sambal cabang tembalang semarang. Metode sampling yang digunakan adalah accidental sampling. Pengujian hipotesis dalam penelitian ini menggunakan regresi berganda.

Dari analisis yang dilakukan pada penelitian ini, *variabel customer perceived value dan switching cost* berpengaruh secara positif dan signifikan terhadap loyalitas pelanggan.

Kata kunci : *customer perceived value, trust, switching cost*, loyalitas pelanggan