

KEMENTERIAN PENDIDIKAN DAN KEBUDAYAAN  
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS UNIVERSITAS AIRLANGGA

PROGRAM STUDI : EKONOMI ISLAM  
DAFTAR No. : .....

**ABSTRAK**  
**SKRIPSI SARJANA EKONOMI ISLAM**

**NAMA : SYAHIDA ARIANI PUTRI**  
**NIM : 041014103**  
**TAHUN PENYUSUNAN : 2018**

**JUDUL:**

Pengaruh *Customer Trust* terhadap *Recommendation*, *Repurchase*, dan *Switching Intention* di Alfafa Salon dan Spa Muslimah Surabaya

**ISI:**

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui pengaruh *customer trust* terhadap *recommendation*, *repurchase*, dan *switching intention* di Alfafa Salon dan Spa Muslimah Surabaya

Penelitian ini menggunakan pendekatan kuantitatif dengan menggunakan uji *Partial Least Square (PLS)*. Sumber data dalam penelitian ini menggunakan data primer yaitu kuesioner. Karakteristik populasi dalam penelitian ini adalah konsumen Alfafa Salon dan Spa Muslimah Surabaya yang telah menggunakan jasa karyawan Alfafa Salon dan Spa Muslimah Surabaya minimal satu kali. Jumlah sampel pada penelitian ini sebanyak 40 responden. Teknik pengambilan sampel yang digunakan adalah *nonprobability sampling* dengan menggunakan *purposive sampling*.

Berdasarkan hasil penelitian menunjukkan bahwa *customer trust* berpengaruh secara signifikan terhadap *recommendation*, *repurchase*, dan *switching intention*.

Saran bagi Alfafa Salon dan Spa Muslimah Surabaya adalah untuk memberikan voucher kepada konsumen yang merekomendasikan ke orang lain, memberikan potongan harga jika konsumen menggunakan jasa tambahan lagi diwaktu yang sama serta lebih berinovasi dengan menambahkan layanan *treatment* baru dan produk yang ditawarkan lebih banyak.

Kata Kunci : *customer trust*, *recommendation intention*, *repurchase intention*, *switching intention*