

## ABSTRAK

Pangsa pasar bisnis telekomunikasi di Indonesia didominasi oleh empat operator seluler yaitu Telkomsel, Indosat, Tri, dan XL Axiata. Jumlah *customer growth* keempat operator seluler tersebut mengalami kenaikan dan penurunan dari tahun ke tahun, namun jumlah pertumbuhan pelanggan tersebut tidak berdampak signifikan terhadap peningkatan jumlah *Average Revenue Per User* (ARPU) operator seluler. Dengan data keluhan yang disampaikan pelanggan mengenai kualitas layanan peneliti hendak melakukan penelitian ini untuk mengetahui pengaruh kualitas layanan terhadap loyalitas pelanggan.

Penelitian ini dilakukan pengukuran penilaian pelanggan terhadap variabel *Reliability*, *Responsiveness*, *Assurance*, *Empathy*, *Tangibles*, *Customer Satisfaction*, dan *Customer Loyalty*. Selain itu, penelitian ini mengidentifikasi pengaruh *Reliability*, *Responsiveness*, *Assurance*, *Empathy*, dan *Tangibles* sebagai landasan *Customer Satisfaction* terhadap *Customer Loyalty*.

Pengumpulan data dilakukan dengan penyebaran kuesioner kepada 385 responden dengan cara *non probability sampling*. Teknik analisis data yang digunakan adalah analisis regresi linear berganda dengan menggunakan SPSS 13.

Berdasarkan hasil pengolahan data, nilai yang diperoleh untuk variabel *Reliability*, *Responsiveness*, *Assurance*, *Empathy*, dan *Tangibles* menunjukkan tingkat yang baik. Variabel *Reliability*, *Responsiveness*, *Assurance*, *Empathy*, dan *Tangibles* secara simultan berpengaruh signifikan terhadap loyalitas pelanggan. Secara parsial, *Reliability*, *Responsiveness*, *Empathy*, dan *Tangibles* berpengaruh signifikan terhadap loyalitas pelanggan, namun *Assurance* tidak berpengaruh signifikan terhadap loyalitas pelanggan.

Berdasarkan hasil penelitian, untuk mencapai loyalitas pelanggan, maka perusahaan operator seluler sebaiknya lebih menurunkan kualitas layanan pada bidang *assurance*.

Kata Kunci: *Customer Loyalty*, kualitas layanan.