

## ABSTRAK

Zaman modern ini perkembangan bisnis telekomunikasi di Indonesia mengalami kemajuan. Hal ini dapat dilihat dari kemajuan teknologi komunikasi yang semakin canggih dan memenuhi kebutuhan masyarakat dalam berkomunikasi sehingga hal ini memberi peluang terhadap pelaku bisnis telekomunikasi untuk mengembangkan berbagai bisnis telekomunikasi di Indonesia, ditengah maraknya persaingan industri telekomunikasi, Telkomsel sebagai pemegang pangsa pasar terbesar di Indonesia menjaga kualitas layanannya (*service quality*) agar mampu bersaing dengan para pelaku bisnis telekomunikasi lainnya.

Penelitian ini mengukur kepuasan pelanggan (*customer satisfaction*) pada Telkomsel dengan melihat dimensi *service quality* yang terdiri dari 7 variabel yaitu *assurance, complaint handling, convenience, empathy, network quality, reliability* dan *tangibles*.

Penelitian ini menggunakan metode kuantitatif, sifat penelitian ini adalah konklusif, tipe penyelidikannya adalah kausal, keterlibatan peneliti adalah tidak mengintervensi data, berdasarkan unit analisis bersifat individual, *setting* penelitian adalah *non contrived setting*, dan berdasarkan waktu penelitian, penelitian ini bersifat *cross sectional*. Skala pengukuran yang digunakan adalah skala *likert*. Populasi pada penelitian ini adalah pengguna Telkomsel di Indonesia dengan jumlah sampel yang mewakili sebanyak 400 responden. Teknik samplingnya adalah *non probability sampling* dan *quota sampling*. Sumber data pada penelitian ini didapat dari data primer dan sekunder. Teknik analisis data dilakukan dengan teknik multivariat, *Structural Equation Modeling (SEM) Partial Least Square (PLS)*, serta melakukan uji hipotesis. Hasil penelitian ini adalah terdapat dua hipotesis diterima dan enam hipotesis ditolak dari total delapan hipotesis.

Kata Kunci : Kualitas Layanan, Kepuasan Pelanggan, Telekomunikasi