

ABSTRAK

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui Pengaruh Etika Bisnis Layanan SMS Premium Operator Seluler Telekomunikasi Indonesia Terhadap Loyalitas Pelanggan Di Kota Bandung.

Jenis dan metode penelitian yang digunakan adalah penelitian asosiatif dan kuantitatif. Populasi yang digunakan dalam penelitian ini adalah pelanggan operator seluler telekomunikasi Indonesia di kota Bandung. Teknik pengambilan sampel yang digunakan adalah *insidental sampling* dengan jumlah sampel 100 responden. Penelitian dilakukan pada periode Desember 2011 s.d Februari tahun 2012 dengan melakukan survey (penyebaran kuisioner). Teknik analisis data yang digunakan adalah analisis *Structural Equation Model* (SEM).

Hasil penelitian berdasarkan analisis SEM dengan 2 hipotesa yang diajukan menunjukkan bahwa pengaruh etika bisnis layanan SMS Premium mempunyai pengaruh positif signifikan terhadap loyalitas pelanggan.

Terbukti pada hasil pengujian koefisien variabel laten layanan (EB) terhadap loyalitas pelanggan (LY), didapatkan nilai t variabel layanan sebesar 14,42 lebih besar dari batas kritis yang ditentukan yaitu 1,96 sehingga hubungan layanan (EB) terhadap loyalitas pelanggan (LY) terbukti berpengaruh signifikan. Hasil pengolahan data juga menunjukkan bahwa kontribusi etika bisnis terhadap loyalitas pelanggan sebesar 67%, sebaliknya kontribusi variabel-variabel lain diluar model penelitian yaitu 33%.

Kata kunci : Etika Bisnis, Layanan, Loyalitas Pelanggan.