

ABSTRAK

Perusahaan Samsung asal Korea Selatan telah lama bergerak di bidang teknologi secara global khususnya pada sektor *smartphone*. Namun, dihadapkan dengan persaingan kompetitor yang tiap tahun melakukan inovasi terbaru dengan mengenalkan banyak keunggulan. Perusahaan tentu akan berusaha menciptakan keunggulan pada *smartphone* yang diharapkan memberikan rasa nyaman dan puas untuk para penggunanya sehingga dapat menimbulkan rasa loyal terhadap produk dalam jangka waktu yang lama.

Penelitian ini dilakukan dengan tujuan untuk mengetahui tingkat kepuasan dan loyalitas pelanggan selama serta mengukur pengaruh dimensi-dimensi fitur perangkat dan dimensi-dimensi faktor perusahaan terhadap kepuasan pelanggan pengguna *smartphone* Samsung. Variabel kepuasan pelanggan terhadap loyalitas pelanggan yang dimoderasi oleh panjang hubungan juga dilakukan pengukuran. Hubungan sebab-akibat antar variabel membentuk sebuah model persamaan struktural (*Structural Equation Modeling* (SEM) yang pengolahannya dilakukan dengan *software* WarpPLS versi 6.0. Pengumpulan data menggunakan kuesioner yang disebar ke mahasiswa/I di Universitas Telkom dan terkumpul sebanyak 213 responden, namun khusus pengguna *smartphone* Samsung diperoleh sebanyak 160 responden.

Pengujian terhadap tingkat kepuasan pelanggan menunjukkan bahwa pelanggan puas sedangkan loyalitas menunjukkan loyal. Seluruh variabel dalam kelompok variabel fitur perangkat berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan pelanggan kecuali variabel manfaat dan harga, sedangkan variabel dalam kelompok faktor perusahaan seluruhnya berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan pelanggan. Variabel moderasi “Panjang Hubungan” tidak cukup berperan menguatkan pengaruh kepuasan pelanggan terhadap loyalitas pelanggan.

Kata Kunci: Panjang Hubungan, Kepuasan Pelanggan, Loyalitas Pelanggan, SEM-PLS, Fitur Perangkat, Faktor Perusahaan