

ABSTRAK

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui *Quality of Service*, dan loyalitas pelanggan Telkomsel *Flash* di wilayah Bandung. Selain itu, penelitian ini juga bertujuan untuk melihat seberapa besar pengaruh *Quality of Service* terhadap loyalitas pelanggan Telkomsel *Flash*. Permasalahan dalam penelitian ini merujuk pada fenomena bisnis yang terjadi di PT Telkomsel.

Metode penelitian yang digunakan dalam penelitian ini adalah metode studi deskriptif. Populasi dalam penelitian ini adalah pelanggan Telkomsel *Flash* di wilayah Bandung. Sampel yang diambil sebanyak 100 responden dengan menggunakan teknik *non-probability sampling* melalui pendekatan *purposive sampling*, yaitu pengambilan sampel berdasarkan kriteria tertentu, adapun kriteria pengambilan sampel adalah responden yang pernah menggunakan Telkomsel *Flash*. Penelitian ini merumuskan satu hipotesis. Analisis yang digunakan meliputi uji validitas, uji reliabilitas, uji asumsi klasik dan analisis regresi sederhana.

Hasil analisis deskriptif dalam penelitian ini menunjukkan *Quality of Service* yang diberikan oleh Telkomsel *Flash* berada pada kategori yang baik namun mendekati buruk, yakni sebesar 69,40% dan 69,95%. Hal ini mengindikasikan bahwa *Quality of Service* yang belum maksimal juga loyalitas pelanggan yang masih rendah. Selanjutnya, berdasarkan hasil analisis regresi sederhana dapat diketahui bahwa *Quality of Service* berpengaruh terhadap loyalitas pelanggan sebesar 24,3%. Secara garis besar *Quality of Service Flash* sudah cukup baik. Oleh karena itu, perusahaan sebaiknya mempertahankan serta lebih meningkatkan lagi kualitas dari jaringan Telkomsel *Flash* tersebut untuk lebih meningkatkan loyalitas pelanggan Telkomsel *Flash*.

Kata Kunci : *Quality of Service* dan Loyalitas Pelanggan.