

ABSTRAK

Perkembangan dunia bisnis penyedia layanan informasi dan komunikasi di Kabupaten Tasikmalaya memiliki tingkat penurunan PDRB paling drastis sehingga banyaknya penyedia layanan telekomunikasi yang mengalami kerugian salah satunya penyedia layanan telekomunikasi kartu prabayar Tri yang berkurangnya jumlah pengguna dan mempengaruhi jumlah pelanggan sehingga berdampak pada penjualan. Pelanggan tetap pun mulai berkurang dengan terus menurunnya data pengguna sehingga terindikasi bahwa masalah utama berada pada loyalitas pelanggan. Setia atau tidaknya pelanggan pada suatu merek dipengaruhi oleh banyak faktor, yang memiliki dampak paling besar yaitu puas atau tidaknya pelanggan, selain itu berdasarkan hasil penelitian pendahuluan bahwa kepuasan pelanggan dan kualitas pelayanan kartu prabayar Tri memiliki nilai terendah. Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui pengaruh kualitas pelayanan terhadap kepuasan pelanggan dan implikasinya pada loyalitas pelanggan secara parsial. Metode penelitian yang digunakan adalah metode deskriptif dan verifikatif dengan jumlah sampel sebanyak 100 responden. Metode analisis yang digunakan adalah analisis jalur (*path analysis*), analisis koefisien determinasi, uji hipotesis. Hasil penelitian menunjukkan bahwa besarnya pengaruh kualitas pelayanan terhadap kepuasan pelanggan kartu tri sebesar 0,809 atau 80,9%. Besarnya pengaruh kepuasan pelanggan terhadap loyalitas pelanggan kartu tri sebesar 0,185 atau 18,5%. Besarnya pengaruh kualitas pelayanan terhadap loyalitas pelanggan kartu tri sebesar 0,653 atau 65,3%, dan besarnya pengaruh kualitas pelayanan terhadap loyalitas pelanggan melalui kepuasan pelanggan adalah 0,149 atau 14,9%.

Kata kunci: Kualitas Pelayanan, Kepuasan Pelanggan dan Loyalitas Pelanggan

ABSTRACT

The development of the business world providing information and communication services in Tasikmalaya Regency has had the most drastic decline in GRDP so that many telecommunications service providers are experiencing losses, one of which is the Tri prepaid card telecommunications service provider, which is reducing the number of users and affecting the number of customers, which has an impact on sales. Regular customers are starting to decrease with the continued decline in user data, so it is indicated that the main problem is customer loyalty. Whether a customer is loyal or not to a brand is influenced by many factors, the one that has the biggest impact is whether the customer is satisfied or not. Apart from that, based on the results of preliminary research, customer satisfaction and service quality for the Tri prabyar card have the lowest value. This research aims to determine the influence of service quality on customer satisfaction and its implications for partial customer loyalty. The research method used was descriptive and verification method with a sample size of 100 respondents. The analytical methods used are path analysis, coefficient of determination analysis, hypothesis testing. The results of the research show that the influence of service quality on tri card customer satisfaction is 0.809 or 80.9%. The magnitude of the influence of customer satisfaction on tri card customer loyalty is 0.185 or 18.5%. The magnitude of the influence of service quality on tri card customer loyalty is 0.653 or 65.3%, and the magnitude of the influence of service quality on customer loyalty through customer satisfaction is 0.149 or 14.9%.

Keywords: *Service Quality, Customer Satisfaction and Customer Loyalty*