

## ABSTRAK

Diera industry 4.0 persaingan industri dalam bidang telekomunikasi semakin ketat, semua penyedia layanan telekomunikasi saling bersaing dalam menyediakan pelayanan terbaik agar diminati oleh konsumen yang dalam tujuan jangka panjangnya dapat berdampak pada loyalitas pelanggan. Indosat Ooredoo merupakan salah satu penyedia layanan telekomunikasi yang cukup besar di Indonesia dengan konsumen dari berbagai usia, termasuk dari kalangan generasi milenial. Penelitian ini digunakan untuk mengukur pengaruh kualitas layanan terhadap variabel citra perusahaan, kepercayaan pelanggan dan *switching cost* pada pelanggan. Serta untuk menguji pengaruh dari variabel kualitas layanan, citra perusahaan, kepercayaan, *switching cost* terhadap variabel loyalitas pelanggan. Penelitian ini merupakan penelitian kuantitatif dengan objek penelitian yang digunakan adalah generasi milenial yang berada di kota Semarang. Sampel dalam penelitian ini sebanyak 107 responden, dan data yang diperoleh merupakan data primer dari kuesioner yang dibagikan kepada responden baik secara offline maupun online. Pengujian hipotesis dalam penelitian ini dilakukan dengan menggunakan analisis model persamaan structural (SEM) SmartPLS 3.0. Hasil analisis menunjukkan bahwa kualitas layanan mempunyai pengaruh yang signifikan terhadap citra perusahaan, kepercayaan, dan *switching cost* pelanggan Indosat Ooredoo. Sedangkan variabel kualitas layanan dan *switching cost* mempunyai pengaruh yang signifikan terhadap loyalitas pelanggan Indosat Ooredoo. Dan untuk citra perusahaan dan kepercayaan tidak memiliki pengaruh yang signifikan terhadap loyalitas pelanggan Indosat Ooredoo.

**Kata Kunci: Kualitas Layanan, Citra Perusahaan, Kepercayaan, Biaya Berpindah, Generasi Milenial, Loyalitas Pelanggan.**