

ABSTRAK

Sekarang ini persaingan dunia usaha menjadi semakin ketat. Termasuk persaingan usaha dalam bidang bisnis penyediaan layanan internet. Telkom Speedy merupakan salah satu perusahaan jasa yang bergerak dalam bidang usaha tersebut. Walaupun mendapat banyak pesaing dari bidang yang sama, namun Telkom Speedy tetap mampu bertahan dengan melakukan berbagai strategi. Penelitian ini sendiri bertujuan untuk mengetahui sejauh mana pengaruh Kualitas Pelayanan (X1) dan Kepuasan Pelanggan (X2) terhadap Loyalitas Pelanggan (Y) Telkom Speedy.

Sampel penelitian ini sebanyak 100 responden, dengan metode *purposive sampling* dengan populasi seluruh pelanggan internet Speedy di Semarang. Metode analisis yang digunakan pada penelitian ini adalah analisis kualitatif yang merupakan interpretasi dari data-data yang diperoleh dalam penelitian serta hasil pengolahan data yang sudah dilaksanakan dengan memberi keterangan dan penjelasan. Selain itu juga digunakan analisis kuantitatif dengan metode analisis regresi, adapun tahap-tahap pengujiannya adalah validitas, reliabilitas, asumsi klasik, analisis regresi linier berganda, pengujian hipotesis dan koefisien determinasi.

Karena nilai koefisien seluruhnya positif, maka hal ini berarti kedua variabel tersebut mempunyai hubungan yang positif sejalan terhadap variabel dependen. Pengujian hipotesis menggunakan uji-t menunjukkan bahwa kedua variabel independen yang diteliti terbukti secara signifikan mempengaruhi variabel dependen Loyalitas Pelanggan. Kemudian melalui uji F dapat diketahui bahwa variabel Kualitas Pelayanan dan Kepuasan Pelanggan memang layak untuk menguji variabel dependen Loyalitas Pelanggan. Angka Adjusted R Square sebesar 0,686 menunjukkan bahwa 68,6% variasi Loyalitas Pelanggan dapat dijelaskan oleh kedua variabel independen dalam persamaan regresi. Sedangkan sisanya sebesar 31,4% dijelaskan oleh variabel lain diluar kedua variabel yang digunakan dalam penelitian ini.

Kata kunci : kualitas pelayanan jasa, kepuasan pelanggan, loyalitas merek.