

## **ABSTRAK**

PT.Telkom sebagai salah satu perusahaan di bidang Telekomunikasi senantiasa terus melakukan perubahan untuk melayani dan memenuhi kebutuhan para pelanggannya dengan baik sehingga menciptakan loyalitas pelanggan. UNER-IV Jateng & DIY sebagai salah satu unit delivery channel di PT Telkom yang menangani corporate customer, diharapkan dapat terus meningkatkan loyalitas pelanggan. Dalam perkembangannya, jumlah pelanggan Speedy UNER-IV Semarang mengalami penurunan dari tahun ke tahun. Hal ini mengindikasikan loyalitas pelanggan Speedy juga mengalami penurunan. Dalam penelitian ini, permasalahan yang akan dibahas adalah bagaimana meningkatkan loyalitas pelanggan Speedy di UNER-IV Semarang dengan menganalisis variable-variabel keunggulan produk dan kualitas layanan terhadap loyalitas pelanggan.

Proses analisis dilakukan dengan analisis statistic deskriptif dan deskriptif kualitatif menggunakan alat analisis SPSS versi 16. Data diperoleh dari 108 responden pelanggan Speedy di area UNER-IV Semarang dengan menggunakan kuesioner.

Hasil analisis menunjukkan bahwa loyalitas pelanggan dipengaruhi oleh keunggulan produk dan kualitas layanan yang diberikan. Berdasarkan hasil tersebut, terdapat beberapa implikasi manajerial yang bisa diterapkan dalam upaya meningkatkan loyalitas pelanggan dengan meningkatkan keunggulan produk dan kualitas layanan sehingga pelanggan dikemudian hari dapat terus memakai produk tersebut dan tidak akan berpindah ke produk perusahaan lain meski muncul produk pesaing.

**Kata Kunci :** Keunggulan produk, kualitas layanan, loyalitas pelanggan