

ABSTRAK

Perkembangan jumlah pengakses internet dan pengguna *smartphone* setiap tahunnya, mengakibatkan munculnya persaingan yang ketat antar perusahaan provider seluler di Indonesia. Salah satu layanan yang kian marak ditawarkan oleh perusahaan provider saat ini adalah layanan *mobile broadband*. Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis faktor-faktor yang mempengaruhi loyalitas pelanggan *mobile broadband services* Telkomsel di Kota Bandung tahun 2014. Variabel yang digunakan pada penelitian ini adalah *customer satisfaction*, *perceived service quality*, *perceived value*, *trust*, *perceived switching cost*, *corporate image*, dan *customer loyalty*.

Pengumpulan data dilakukan melalui penyebaran kuesioner kepada 400 pelanggan *mobile broadband services* Telkomsel di Kota Bandung dan diolah menggunakan SPSS 21. Teknik analisis faktor digunakan untuk mencari pengelompokkan baru variabel asli menjadi variabel yang jumlahnya semakin sedikit, dan teknik analisis regresi berganda dilakukan untuk mengetahui pengaruh variabel-variabel independen terhadap variabel dependen yaitu *customer loyalty*.

Penelitian ini secara empiris menyimpulkan bahwa loyalitas pelanggan (*customer loyalty*) *mobile broadband services* Telkomsel di Kota Bandung secara positif dipengaruhi oleh *customer satisfaction*, *perceived service quality*, *trust*, *perceived switching cost*, dan *corporate image*. Sedangkan, variabel *perceived value* tidak berpengaruh terhadap loyalitas pelanggan (*customer loyalty*) *mobile broadband services* Telkomsel di Kota Bandung.

Kata Kunci : *Customer Satisfaction, Perceived Service Quality, Perceived Value, Trust, Perceived Switching Cost, Corporate Image, Customer Loyalty.*