

## ABSTRAK

Bisnis telekomunikasi merupakan bisnis yang sangat cepat perkembangannya saat ini. Hal ini ditandai dengan semakin meningkatnya jumlah pelanggan dan jumlah operator layanan telekomunikasi. PT. TELKOM merupakan perusahaan yang menyediakan jasa layanan telekomunikasi di Indonesia. Dalam layanan telekomunikasi seluler khususnya untuk pertumbuhan layanan operator CDMA sendiri juga terhitung sangat cepat. Perusahaan harus mampu menguasai pasar yang ada untuk merebut *market share* dalam industri ini.

Penelitian ini mencoba meneliti pengaruh antara *brand image*, *corporate image*, dan *service quality* terhadap *brand loyalty* untuk meningkatkan *customer loyalty* dengan harapan Telkom Flexi mampu mempertahankan pelanggan bahkan menambah pelanggan di daerah Bandung. Penelitian ini dilakukan dengan mengacu pada indikator dengan tingkat signifikan yang terendah dari variabel *brand image*, *corporate image*, dan *service quality*, sehingga nantinya dapat memberikan usulan untuk dapat mempertahankan pelanggan. Obyek penelitian ini adalah pengguna jasa telekomunikasi Telkom Flexi di Bandung. Pengujian dan analisis pengaruh setiap variabelnya menggunakan metode *Structural Equation Modeling* (SEM) dengan *software* LISREL 8.70.

Hasil penelitian ini bahwa seluruh variabel dalam penelitian memiliki pengaruh yang signifikan terhadap *brand loyalty*, dapat dilihat dari pengaruh yang tertinggi adalah *popular* sebesar 47.61 %. Selain itu variabel *brand loyalty* memiliki pengaruh yang signifikan terhadap *customer loyalty* sebesar 65.61%, sehingga untuk meningkatkan *customer loyalty*, Telkom Flexi harus meningkatkan kinerja dari variabel *brand image*, *corporate image*, dan *service quality* agar dapat memenuhi kebutuhan dan kepuasan pelanggannya.

Kata Kunci : *Brand Image*, *Corporate Image*, *Service Quality*, *Structural Equation Modeling* (SEM), CDMA