

## ABSTRAK

Kebutuhan internet di Indonesia semakin tinggi, tingginya permintaan ini juga diikuti dengan pertumbuhan jasa layanan internet *broadband* sehingga menimbulkan persaingan secara ketat. Persaingan ini memaksa penyedia layanan mempertahankan pelanggannya. Faktor-faktor yang biasanya membuat pelanggan loyal diantaranya adalah kepuasan pelanggan, kualitas layanan, biaya perpindahan dan kepercayaan perusahaan.

Penelitian ini mencoba untuk meneliti pengaruh antara kepuasan pelanggan, kualitas layanan, biaya perpindahan dan kepercayaan terhadap loyalitas pelanggan pada layanan internet *broadband* Telkom Speedy di daerah Bandung. Serta untuk meneliti pengaruh antara kualitas layanan terhadap kepuasan pelanggan. Penelitian ini dilakukan dengan harapan penyedia layanan dapat memperbaiki program retensi yang telah dilakukan dengan mengacu pada indikator – indikator yang memiliki performansi terburuk, sehingga nantinya dapat mempertahankan pelanggannya. Obyek yang digunakan pada penelitian ini adalah para pelanggan Telkom Speedy yang masih aktif dan yang sudah tidak aktif.

Hasil penelitian menunjukkan dari responden pelanggan yang aktif bahwa variabel *trust* adalah variabel yang memiliki pengaruh yang paling besar dibandingkan variabel – variabel lainnya terhadap *customer loyalty*, yakni sebesar 0,760. Meskipun begitu, variabel – variabel lainnya juga memiliki pengaruh yang positif terhadap *customer loyalty*. Sementara itu, dari responden pelanggan yang sudah tidak aktif bahwa variabel *customer satisfaction* adalah variabel yang memiliki pengaruh yang paling besar dibandingkan variabel – variabel lainnya terhadap *customer loyalty*, yakni sebesar 0,770. Meskipun begitu, variabel – variabel lainnya juga memiliki pengaruh yang positif terhadap *customer loyalty*. Dari kedua responden juga penelitian menunjukkan bahwa variabel *service quality* berpengaruh pada *customer satisfaction*.

Dengan demikian, agar pelanggan Telkom Speedy menjadi loyal, Telkom Speedy harus dapat memenuhi atau memberikan kepuasan kepada pelanggannya, melalui peningkatan performansi indikator – indikator variabel kualitas kepuasan pelanggan, kualitas layanan, biaya perpindahan dan kepercayaan.

Kata kunci: loyalitas pelanggan, kepuasan pelanggan, kualitas layanan, biaya perpindahan, kepercayaan, internet *broadband*.