

## ABSTRAK

Industri telekomunikasi adalah industri dengan pertumbuhan yang sangat cepat dan industri dengan tingkat penjualan yang sangat tinggi. Persaingan antara operator seluler di pasar industri telekomunikasi sangat tinggi. Menghadapi lingkungan yang semakin kompetitif ini Telkomsel dituntut untuk dapat menciptakan keunikan tersendiri disertai dengan menanamkan citra positif dari produk tersebut. Layanan Penelitian Konsumen Loyalitas Pengguna teknologi 4G/LTE, 2) Kualitas Layanan mempengaruhi Konsumen Loyalitas Pengguna teknologi 4G/LTE, 3) Kepuasan Pelanggan mempengaruhi pengguna teknologi 4G/LTE Konsumen Loyalitas, 4) Tekanan Sosial mempengaruhi pengguna teknologi 4G/LTE Konsumen Loyalitas, dan 5) Nilai Layanan, Kualitas Layanan, Kepuasan Pelanggan, dan Tekanan Sosial secara bersamaan mempengaruhi pengguna teknologi 4G/LTE Konsumen Loyalitas. Jenis penelitian dalam penelitian ini adalah kuantitatif dengan format kausalitas dan deskriptif. Penelitian kausalitas adalah sebuah penelitian untuk menguji kebenaran hubungan sebab-akibat (cause-and-effect), yaitu hubungan antara variabel independen (yang mempengaruhi) dengan variabel dependen (yang berbeda) yang digunakan Analisis Regresi Linear Berganda. Sampel dalam penelitian ini ditentukan berdasarkan 400 responden yang tersebar di wilayah Jawa dan Bali. Berdasarkan hasil pengumpulan, pengolahan, analisis data dan uji hipotesis dapat ditarik kesimpulan sebagai berikut: 1) Nilai Layanan Teknologi 4G/LTE dari Telkomsel memiliki pengaruh yang signifikan terhadap Loyalitas Konsumen di Indonesia, 2) Kualitas Layanan 4G/LTE Teknologi dari Telkomsel memiliki pengaruh yang signifikan terhadap Loyalitas Konsumen di Indonesia, 3) Kepuasan Pelanggan Teknologi 4G/LTE dari Telkomsel memiliki pengaruh yang signifikan terhadap Loyalitas Pelanggan di Indonesia, 4) Tekanan Sosial Teknologi 4G/LTE dari Telkomsel memiliki pengaruh yang signifikan terhadap Loyalitas Konsumen di Indonesia, dan 5) Nilai Layanan, Kualitas Layanan, Kepuasan Pelanggan, dan Tekanan Sosial Teknologi 4G/LTE dari Telkomsel secara simultan berpengaruh signifikan terhadap Loyalitas Pelanggan di Indonesia. Besarnya pengaruh secara simultan antara Nilai Layanan, Kualitas Layanan, Kepuasan Pelanggan, dan Tekanan Sosial terhadap Loyalitas Konsumen di Indonesia adalah sebesar 77,4%, sedangkan sisanya sebesar 22,6%, yang merupakan faktor lain yang tidak diteliti dalam penelitian ini.

---