

ABSTRAK

Industri telekomunikasi merupakan bisnis yang dapat berkembang dengan cepat di negara manapun, salah satunya Timor Leste. Penetrasi pengguna layanan seluler di Timor Leste pada tahun 2018 berdasarkan data *wearesocial.com* sebesar 132% dari jumlah populasi Timor Leste. Terdapat tiga perusahaan dalam industri telekomunikasi di Timor Leste, Timor Telecom, Telkomcel dan Telemor. Telkomcel yang merupakan salah satu anak perusahaan dari PT.Telin dan merupakan bagian dari Telkom Group tercatat menduduki posisi kedua pada market share Industri Telekomunikasi *kuartal* ke-4 di tahun 2018, dengan *mobile subscribers* 466.881 (31.58%). Telkomcel terus meningkatkan kualitas agar mampu tetap bertahan dan bersaing di Industri ini, salah satunya dengan memberikan pelayanan terbaik bagi pelanggan mereka dengan menjadi perusahaan Telekomunikasi pertama di Timor Leste yang memiliki gedung “Telkomcel Data Center” yang menggunakan jaringan fiber optic, dan menempatkan 15 plaza Telkomcel di 13 *Municipio* di Timor Leste agar dapat menjangkau pelanggan hingga ke daerah untuk memaksimalkan pelayanannya.

Penelitian ini bertujuan untuk melihat kualitas pelayanan dari Telkomcel Timor Leste yang dipersepsikan dengan melihat tiga dimensi yakni *Service Quality*, *Customer Satisfaction* dan *Repurchase Intention*. Berdasarkan tinjauan pustaka, pengukuran *Service Quality* dilakukan dengan melibatkan kelima dimensi di dalamnya yakni : *Tangible*, *Empathy*, *Assurance*, *Responsiveness* dan *Reliability*.

Data Penelitian diperoleh langsung dari pengguna Telkomcel di Timor Leste, penelitian ini menggunakan metode kuantitatif dengan menggunakan kuesioner online yang disebarakan kepada 400 pelanggan, dengan skala likert dan teknik sampling non probability sampling dan jenis purposive sampling. Teknik analisis data SEM (*Structural Equation Modelling*), dengan bantuan software SmartPLS 3.0.

Dari hasil penelitian ini didapatkan bahwa seluruh dimensi *Service Quality* (*Tangible*, *Empathy*, *Assurance*, *Responsiveness* dan *Reliability*) berpengaruh positif signifikan baik secara parsial maupun simultan terhadap *Customer Satisfaction*, *Service Quality* juga berpengaruh terhadap *Repurchase Intention* baik secara langsung maupun melalui *Customer Satisfaction*. Dari kelima dimensi *Service Quality* yang paling tinggi berpengaruh positif signifikan pada *Customer Satisfaction* adalah variabel *Reliability* dan yang memiliki pengaruh positif signifikan paling rendah adalah variabel *Tangible*. Saran bagi perusahaan agar lebih memperhatikan hal – hal terkait bukti fisik yang ada di Plaza Telkomcel, lokasi Plaza Telkomcel, serta penampilan karyawan Telkomcel. Serta mempertahankan hal – hal terkait reliabilitas seperti kesesuaian penawaran dengan layanan yang diberikan, baik waktu, biaya dan jenis layanannya.

Kata Kunci: Kualitas Layanan, Kepuasan Pelanggan, Minat Pembelian Kembali, Industri Telekomunikasi, Telekomunikasi Timor Leste.