

ABSTRAK

Penyedia Layanan Seluler adalah tipe perusahaan yang menawarkan jasa transmisi kepada pengguna perangkat nirkabel seperti telepon pintar, dan tablet computer personal melalui sinyal radio frekuensi atau RF daripada komunikasi kabel. Pada abad ke 21 yang kita hidupi saat ini, Perangkat Seluler seperti telepon genggam serta telepon pintar telah lama menjadi bagian penting dari kehidupan masyarakat dan telah menyediakan banyak kegunaan yang baik seperti menjadi alat komunikasi dengan orang lain, untuk mencari informasi di world wide web, dan juga melakukan hal yang duniawi dan simple seperti membuat rencana, membuat pengingat, mengelola dokumen, dan lainnya. Karena gen Z adalah generasi yang tumbuh dan menghabiskan seluruh hidupnya dengan dibantu oleh teknologi, mereka telah menjadi bagian besar sebagai pengguna Penyedia Layanan Seluler.

Maksud/tujuan dari penelitian ini adalah untuk menguji sikap dan keyakinan gen Z terhadap penyedia layanan seluler karena teori Generasi menganggap bahwa kelompok generasi mengembangkan sikap dan keyakinan yang sama terkait dengan perilaku pasar mereka, dan untuk menganalisis faktor-faktor yang mempengaruhi gen z loyalitas konsumen terhadap Mobile Service Provider.

Fenomena studi ini di proses menggunakan metode kuantitatif Item kuesioner yang digunakan dalam penelitian ini berjumlah 39 item dengan respon yang diterima sebanyak 402. Variabel yang digunakan dalam penelitian ini adalah *Performance/Quality Value, Price/Value for Money, Emotional Value, Relational Value, dan Customization Value, Customer Satisfaction, Switching Cost, dan Alternative Attractiveness*. Penelitian ini menggunakan metode quota sampling non-probability sampling.

Hasil dari studi ini menunjukkan bahwa *Preceived value* berpengaruh secara positif terhadap *satisfaction*, dan juga menunjukkan bahwa *satisfaction* dan *loyalty* di mediasi dan moderasi oleh *Alternative Attractiveness* dan *Switching Cost*.

Saran bagi penelitian selanjutnya adalah untuk mengembangkan hasil penelitian yang ditemukan di studi ini dan dapat dilakukan penelitian lebih lanjut dan jika memungkinkan menambahkan faktor variabel yang mempengaruhi kepuasan serta loyalitas.

...

Kata Kunci: Kepuasan pelanggan, Loyalitas pelanggan, Biaya peralihan, Daya tarik alternatif, Gen Z.