

ABSTRAK

Setiap tahunnya perkembangan teknologi semakin berkembang sangat pesat, salah satu industry terbesar yang sangat di butuhkan untuk saat ini adalah industri telekomunikasi. Industri layanan internet merupakan industri yang sangat di butuhkan saat ini oleh hampir semua kalangan, di Indonesia jasa penyedia layanan internet terbesar dan terkenal ialah Wifi.id yang berada di bawah naungan Telkom Indonesia, oleh sebab itu Wifi.id harus bisa menganalisa perilaku pelanggan karna Wifi.id merupakan salah satu aset yang dimiliki oleh Telkom Indonesia secara tidak langsung harus menjaga loyalitas pelanggan nya karna merupakan salah satu layanan penyedia jasa internet yang sudah tersebar di berbagai penjuru di Indonesia. Wifi.id perlu memerhatikan kualitas hubungan dengan pelanggan nya dan juga tanggap dalam pemulihan layanan bila ada kendala atau gangguan pada pelanggan agar tercipta loyalitas pelanggan.

Pada penelitian ini, bertujuan untuk mengetahui pengaruh kualitas hubungan terhadap loyalitas pelanggan dengan pemulihan layanan sebagai variabel intervensi pada pelanggan Wifi.id di Kota Bandung. Penelitian ini menggunakan metode kuantitatif dengan jenis penelitian yang digunakan yaitu deskriptif menggunakan analisis *Structural equation modeling-Partial Least Square*. yang di olah dengan SMARTPLS 3.0 pengambilan sampel melakukan penyebaran kuisioner melalui google form kepada minimal kepada 425 pelanggan Wifi.id di Kota Bandung. Pada penelitian ini terdiri dari tiga variabel yaitu Kualitas hubungan sebagai variabel independent, Loyalitas pelanggan sebagai variabel dependen, dan Pemulihan layanan sebagai variabel intervening. Hasil dari penelitian ini menunjukkan bahwa seluruh hipotesis di terima yaitu kualitas hubungan memiliki pengaruh positif dan signifikan terhadap loyalitas pelanggan.

Selanjutnya pemulihan layanan memediasi dampak dari kualitas hubungan terhadap loyalitas pelanggan. Adapun saran yang dapat penulis berikan kepada perusahaan adalah perusahaan perlu memperbaiki dalam hal kepuasan dan komitmen dalam variabel kualitas hubungan. Sedangkan untuk penelitian selanjutnya disarankan dapat melakukan penelitian dengan studi perusahaan yang lain agar menemukan hasil yang berbeda dan jika perusahaan sejenis maka dapat mencakup lebih luas lagi pengguna karena pada penelitian ini hanya mencakup pengguna di Kota Bandung.

Kata Kunci: Kualitas Hubungan, Loyalitas Pelanggan, Pemulihan Layanan