

ABSTRAK

Perkembangan teknologi mendorong kebutuhan berinternet masyarakat. Hal ini menyebabkan adanya persaingan antara provider di Indonesia untuk memberikan layanan terbaik mereka. Salah satu provider terbesar di Indonesia adalah Telkomsel, yang merupakan anak perusahaan dari PT Telekomunikasi Indonesia merupakan provider yang menempati peringkat tertinggi dari segi pengguna saat ini. Meskipun begitu, angka pengguna Telkomsel mengalami penurunan yang cukup drastis dari tahun ke tahun. Keluhan mengenai ketidakpuasan dan pengalaman yang kurang baik dari jaringan internet yang ditawarkan Telkomsel terus berdatangan, termasuk dari mahasiswa dan mahasiswi universitas swasta yang berada dibawah naungan Yayasan Pendidikan Telkom, Telkom University.

Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis hubungan antara pengalaman (*Experience*) dan kepuasan (*Satisfaction*) pengguna Telkomsel Prabayar di area Telkom University dengan loyalitas (*Loyalty*) penggunaannya menggunakan model analisis multivariat. Variabel yang akan diteliti dalam penelitian ini adalah *customer experience* (CE) dan *customer satisfaction* (CS) terhadap *customer loyalty* (CL).

Jenis penelitian ini adalah penelitian kuantitatif. Teknik sampling yang digunakan adalah *random sampling*. Sampel penelitian akan dikumpulkan melalui kuesioner dan akan menggunakan 384 mahasiswa/i Telkom University sebagai responden penelitian. Hasil dari pendapatan kuesioner akan diolah menggunakan SmartPLS.

Kata Kunci: Telkomsel Prabayar, Pengalaman konsumen, Kepuasan konsumen, Loyalitas konsumen