

ABSTRAK

Studi ini menyelidiki hubungan antara loyalitas pelanggan dan kualitas layanan dalam konteks PLN Icon Plus: Iconnet, menekankan peran penting kualitas layanan dalam menumbuhkan loyalitas dan kepuasan pelanggan jangka panjang, menyoroti peran penting yang dimainkan kualitas layanan dalam mempromosikan kesenangan dan loyalitas pelanggan yang berkelanjutan. Memahami faktor-faktor yang memengaruhi loyalitas telah menjadi penting karena perusahaan menghadapi persaingan yang semakin meningkat dan harapan pelanggan di pasar yang terus berubah. Studi ini menyajikan pemeriksaan kuantitatif korelasi antara variabel-variabel ini, memberikan perspektif berharga tentang bagaimana perusahaan dapat meningkatkan retensi klien mereka dan taktik membangun hubungan. Untuk memberikan sampel yang beragam yang secara akurat mencerminkan target demografis, data untuk penelitian ini dikumpulkan menggunakan survei Google Form yang ditujukan kepada 100 pelanggan PLN Iconnet. Pemodelan Persamaan Struktural Kuadrat Terkecil Parsial (PLS-SEM) digunakan dalam penelitian ini untuk menilai signifikansi dan kekuatan hubungan antara loyalitas pelanggan dan kualitas layanan. PLS-SEM mampu menangani model yang kompleks sambil mempertahankan ketahanan analisis statistik, sehingga dipilih. Tes yang mapan seperti alfa Cronbach, reliabilitas komposit, dan varian rata-rata yang diekstraksi (AVE) digunakan untuk memverifikasi validitas dan keandalan model pengukuran, menjamin kebenaran hasil.

Loyalitas dan kualitas layanan pelanggan ditemukan saling berkorelasi kuat, signifikan dan positif. Secara khusus, sifat-sifat termasuk kepastian, responsif, ketergantungan, dan empati ditemukan sebagai faktor penting dalam menumbuhkan loyalitas klien. Hasilnya menunjukkan bahwa konsumen lebih cenderung mengulangi pembelian, merujuk layanan ke orang lain, dan memiliki ikatan emosional yang lebih dekat dengan merek ketika mereka percaya bahwa kualitas layanannya baik. Hal ini menekankan betapa pentingnya memberikan prioritas utama peningkatan kualitas layanan sebagai langkah yang diperhitungkan untuk mempertahankan klien di sektor telekomunikasi yang sangat kompetitif. Secara praktis, survei ini memberikan saran mendalam bagi perusahaan yang ingin meningkatkan loyalitas dan retensi klien. Perusahaan didesak untuk berinvestasi dalam teknologi yang memfasilitasi penyampaian layanan yang andal dan efektif, merampingkan prosedur untuk meningkatkan keandalan layanan, dan berkonsentrasi pada mendidik staf untuk meningkatkan daya tanggap dan empati. Sistem umpan balik reguler

juga harus diterapkan untuk melacak kepuasan klien dan menentukan area yang membutuhkan pengembangan. Selain meningkatkan kualitas layanan, program-program ini menunjukkan dedikasi terhadap customer-centricity, yang dapat increase brand loyalty.

Penelitian ini diharapkan dapat menambah dan memperluas korpus penelitian tentang bagaimana loyalitas pelanggan dipengaruhi oleh kualitas layanan, terutama di sektor telekomunikasi. Studi ini meletakkan dasar untuk penyelidikan lebih lanjut dan implementasi dunia nyata di bidang ini dengan menyoroti pentingnya strategis keunggulan layanan. Hasilnya menunjukkan bahwa memberikan layanan pelanggan yang luar biasa tidak hanya penting untuk operasional tetapi juga merupakan faktor utama dalam kesuksesan perusahaan yang berkelanjutan.