

ABSTRAK

Penelitian ini bertujuan untuk mengkaji pengaruh kualitas layanan terhadap loyalitas pelanggan melalui kepuasan pelanggan pada pengguna Indosat Ooredoo Hutchison (IOH) di Jakarta. Lima dimensi kualitas layanan yang dianalisis meliputi Jaringan, Layanan Pelanggan, Layanan Nilai Tambah (VAS), Struktur Harga, dan Sistem Penagihan.

Pendekatan kuantitatif digunakan dengan metode survei melalui kuesioner yang disebarakan kepada 200 responden. Data dianalisis menggunakan *Structural Equation Modeling* (SEM) dengan bantuan perangkat lunak AMOS versi 24.0. Hasil penelitian menunjukkan bahwa Layanan Pelanggan berpengaruh signifikan terhadap Kepuasan Pelanggan, sementara Jaringan dan Struktur Harga memiliki pengaruh langsung dan signifikan terhadap Loyalitas Pelanggan. Sebaliknya, Layanan Nilai Tambah dan Sistem Penagihan tidak menunjukkan pengaruh signifikan. Selain itu, Kepuasan Pelanggan tidak berpengaruh signifikan terhadap Loyalitas Pelanggan dalam konteks ini.

Temuan ini menunjukkan bahwa aspek teknis layanan dan strategi harga lebih penting dalam membentuk loyalitas dibandingkan kepuasan umum. Studi ini memberikan wawasan praktis bagi penyedia layanan telekomunikasi dalam menyusun strategi layanan dan mempertahankan pelanggan.

Kata kunci: Kualitas Layanan, Kepuasan Pelanggan, Loyalitas Pelanggan, SEM, Indosat Ooredoo Hutchison

ABSTRACT

This study investigates the effect of service quality on customer loyalty through customer satisfaction among users of Indosat Ooredoo Hutchison (IOH) in Jakarta. Five service quality dimensions—Network, Customer Service, Value Added Services (VAS), Pricing Structure, and Billing System—were examined as predictors.

A quantitative approach was employed using a structured questionnaire distributed to 200 respondents. Data were analyzed using Structural Equation Modeling (SEM) with AMOS version 24.0. The findings indicate that Customer Service significantly influences Customer Satisfaction, while Network and Pricing Structure have a direct and significant impact on Customer Loyalty. Conversely, Value Added Services and Billing System show no significant effects. Moreover, Customer Satisfaction does not significantly affect Customer Loyalty in this context.

These results suggest that technical performance and pricing strategies are more critical in shaping loyalty than general satisfaction. The study offers practical insights for telecommunications providers to refine service strategies and enhance customer retention.

Keywords: Service Quality, Customer Satisfaction, Customer Loyalty, SEM, Indosat Ooredoo Hutchison