

## ABSTRAKSI

PT Telkomsel adalah pemimpin pasar dalam jasa operator telekomunikasi selular berbasis GSM di Indonesia. Dan salah satu produk unggulan PT Telkomsel adalah kartu Halo. Dengan jumlah pelanggan kartu Halo yang telah mencapai lebih dari 1,3 juta pelanggan atau sekitar 70% dari pengguna kartu GSM pascabayar di seluruh Indonesia, maka sangatlah penting bagi PT Telkomsel untuk tetap mempertahankan jumlah pelanggannya terutama di era persaingan yang makin sengit seperti saat ini.

Kemampuan suatu perusahaan dalam mempertahankan jumlah pelanggannya mutlak diperlukan agar kelangsungan bisnis mereka tetap terpelihara. Berdasarkan hal tersebut di atas maka peneliti tertarik untuk melakukan penelitian tentang “Pengaruh kepuasan pelanggan dan citra perusahaan terhadap loyalitas pelanggan kartu Halo PT Telkomsel di Surabaya”.

Variabel-variabel yang digunakan dalam penelitian ini adalah variabel bebas dan variabel terikat. Variabel bebas terdiri dari kepuasan pelanggan ( $X_1$ ) dan citra perusahaan ( $X_2$ ), sedangkan variabel terikatnya adalah loyalitas pelanggan ( $Y$ ).

Pengelolaan data pada penelitian ini dilakukan dengan menggunakan program SPSS versi 13. Teknik analisis yang digunakan adalah Regresi Linier Berganda, sedangkan alat uji yang digunakan dalam menguji hipotesis adalah uji F dan uji t, yang disertai dengan uji asumsi klasik Multikolinieritas dan Heteroskedastisitas.

Hasil persamaan regresi yang diperoleh adalah sebagai berikut :

$$Y = 0,808 + 0,654X_1 + 0,213X_2$$

Dari pengujian dengan menggunakan uji F dan uji t pada model tersebut di atas diperoleh hasil bahwa hipotesis yang menyatakan variabel-variabel kepuasan pelanggan dan citra perusahaan berpengaruh signifikan terhadap loyalitas pelanggan kartu Halo di Surabaya terbukti kebenarannya, sehingga dapat diambil kesimpulan bahwa hipotesis tersebut dapat diterima. Dari hasil analisis diperoleh nilai koefisien korelasi atau ( $R$ ) sebesar 0,895 yang artinya kepuasan pelanggan dan citra perusahaan mempunyai hubungan yang erat dengan loyalitas pelanggan. Koefisien determinasi ( $R^2$ ) pada penelitian ini mempunyai nilai sebesar 0,802. Ini berarti bahwa 80,2% perubahan variabel terikat yaitu loyalitas pelanggan dapat diterangkan oleh variabel bebas yaitu kepuasan pelanggan dan citra perusahaan yang dimasukkan ke dalam model, sedangkan sisanya sebesar 19,8% dipengaruhi oleh variabel lain yang tidak dimasukkan ke dalam model. Dari sini dapat diambil kesimpulan bahwa model tersebut merupakan model yang layak untuk menerangkan loyalitas pelanggan kartu Halo di Surabaya. Dari dua variabel bebas yang digunakan dalam penelitian ini, variabel kepuasan pelanggan merupakan variabel yang berpengaruh paling dominan terhadap loyalitas pelanggan karena mempunyai nilai beta tertinggi sebesar 0,731.