

ABSTRACT

Research on the telecommunications industry is very interesting because of the level of competition in the industry is very high. This study aimed to analyze the influence of perceived quality of service to customer satisfaction and customer loyalty Product PT Internux is BOLT Super 4G. This research was conducted in October to December 2014 using a quantitative approach, where data retrieval using a questionnaire or questionnaire. The analysis technique using multiple linear regression, where prior to the classical assumption test beforehand. This study concludes that the perception of the quality of service has an influence on customer satisfaction Bolt Products Super 4G PT. Internux with probability (sig) 0.000. The probability value less than alpha (5%). Thus, it can be concluded that the variables affect the perception of service quality customer satisfaction Bolt Super 4G products. Perception of service quality has an influence on customer loyalty with probability (sig) 0.035. The probability value less than alpha (5%). Thus, it can be concluded that the perception of service quality variables influence the customer loyalty products Bolt Super 4G PT. Internux.

Keyword : Internux, Bolt, 4G

UNIVERSITAS
MERCU BUANA

ABSTRAK

Penelitian tentang industri telekomunikasi sangat menarik karena tingkat persaingan di industri tersebut sangat tinggi. Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis pengaruh persepsi kualitas layanan terhadap kepuasan pelanggan dan loyalitas pelanggan Produk PT Internux yaitu BOLT Super 4G. Penelitian ini dilakukan pada bulan Oktober sampai bulan Desember 2014 menggunakan pendekatan kuantitatif, dimana pengambilan data menggunakan kuesioner atau angket. Adapun teknik analisis nya menggunakan regresi linear berganda, dimana sebelum dilakukan dilakukan uji asumsi klasik terlebih dahulu. Penelitian ini memberikan kesimpulan bahwa Persepsi kualitas layanan memiliki pengaruh terhadap kepuasan pelanggan Produk Bolt Super 4G PT. Internux dengan nilai probabilitas (nilai sig) 0.000. Nilai probabilitas tersebut lebih kecil dari alpa (5%). Dengan demikian, dapat disimpulkan bahwa variabel persepsi kualitas layanan berpengaruh terhadap kepuasan pelanggan produk Bolt Super 4G. Persepsi kualitas layanan memiliki pengaruh terhadap loyalitas pelanggan dengan nilai probabilitas (nilai sig) 0.035. Nilai probabilitas tersebut lebih kecil dari alpa (5%). Dengan demikian, dapat disimpulkan bahwa variabel persepsi kualitas layanan berpengaruh terhadap loyalitas pelanggan produk Bolt Super 4G PT. Internux.

Kata Kunci: Internux, Bolt, 4G

UNIVERSITAS
MERCU BUANA