

ABSTRAK

Perkembangan industri operator seluler di Indonesia semakin berkembang dengan pesat. Tingginya pertumbuhan pengguna operator seluler membuat antar operator seluler saling bersaing, sehingga penting untuk memahami faktor kesan kualitas dan loyalitas merek terhadap loyalitas pelanggan. Penelitian ini menyangkut pengaruh kesan kualitas dan loyalitas merek terhadap loyalitas pelanggan operator seluler di Bandung.

Tujuan penelitian ini adalah menguji seberapa besar pengaruh kesan kualitas dan loyalitas merek terhadap loyalitas pelanggan operator seluler di Bandung.

Metode yang digunakan dalam penelitian ini bersifat kuantitatif, dengan menyebarkan kuesioner kepada 400 responden. Teknik pengambilan sampel yang digunakan adalah *nonprobability sampling* dengan jenis *convenience sampling*. Data diolah menggunakan SPSS versi 21 untuk sistem operasi *Windows* dan menggunakan metode analisis jalur (*path analysis*).

Berdasarkan hasil penelitian menunjukkan bahwa *perceived quality* dan *brand loyalty* secara simultan berpengaruh terhadap *customer loyalty*. Hal ini berarti bahwa *perceived quality* dan *brand loyalty* memiliki pengaruh terhadap *customer loyalty* pada operator seluler di Bandung. Nilai dari merek operator seluler yang dipasarkan sudah menciptakan nilai yang positif bagi pelanggan sehingga pelanggan merasa puas dalam menggunakan produk yang berujung pada terciptanya loyalitas pelanggan.

Kata kunci : Kesan Kualitas, Loyalitas Merek, Loyalitas Pelanggan, Operator Seluler.