



Intisari

PT. Indosat memiliki visi menjadi perusahaan telekomunikasi digital terdepan di Indonesia. Telah banyak upaya yang dilakukan untuk bisa mempertahankan loyalitas pelanggannya dan menambah pelanggan baru namun fakta di lapangan menunjukkan bahwa tingkat *churn* masih terus terjadi dengan tren yang terus meningkat. Penelitian ini bertujuan untuk menguji pengaruh yang diberikan kualitas jaringan dan harga terhadap loyalitas pelanggan. Penelitian ini menggunakan pendekatan kuantitatif dengan metode survei yaitu dengan menyebarkan kuesioner yang diisi secara *online* yang terdiri atas kuesioner kualitas jaringan, harga, loyalitas, dan biaya beralih. Responden yang digunakan dalam penelitian ini sejumlah 316. Data dianalisis menggunakan *software* SPSS versi 16.0 dengan metode regresi linear. Hasil penelitian menunjukkan bahwa pengaruh kualitas jaringan terhadap loyalitas pelanggan dengan koefisien regresi sebesar 0.636 dengan nilai p sebesar 0,000 Penelitian ini juga mampu membuktikan bahwa pengaruh harga terhadap loyalitas pelanggan dengan koefisien regresi sebesar 0,548 dengan nilai p sebesar 0,000.

Kata kunci: kualitas jaringan, harga, loyalitas.



Abstract

PT. Indosat has a vision to become the leading digital telecommunications company in Indonesia. The company has made efforts to maintain customer loyalty and add new customers, but the fact shows that the churn rate trend is still increasing. This research aims to examine the influence of network quality and price to customer loyalty. This research uses a quantitative approach with a survey by distribute online questionnaires which consist of network quality, prices and loyalty questionnaires. Subjects in this research amounted to 316. Data analysis completed using SPSS version 16.0 software with linear regression methods. The results has shown network quality and customer loyalty with a regression coefficient = 0.638, $p = 0.000$ and has a role as a moderator on the relationship between price and customer loyalty with a regression coefficient of 0.548 with a p value of 0.000.

Keywords: network quality, price, loyalty