

**Analisis Loyalitas Konsumen Pengguna Smartfren dengan Kepuasan sebagai Intervening (Studi Pada Galeri Smartfren Kaligarang Semarang)**

**WIDA APRIANA MUNINGGARJATI**

(Pembimbing : DR Yohan Wismantoro, SE, MM)

*Manajemen - S1, FEB, Universitas Dian Nuswantoro*

*www.dinus.ac.id*

*Email : 211201202661@mhs.dinus.ac.id*

**ABSTRAK**

Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis faktor yang dapat mempengaruhi loyalitas konsumen, variable yang akan dijelaskan dalam penelitian ini adalah variable harga, kualitas layanan, kepercayaan, dan kepuasan konsumen sebagai variable intervening. Penelitian ini membahas tentang Smartfren yang merupakan layanan telekomunikasi CDMA yang masih bertahan di Indonesia. Smartfren terus melakukan inovasi agar dapat bersaing dengan provider GSM yang lebih digemari oleh masyarakat Indonesia, cara yang dilakukan Smartfren adalah dengan melakukan inovasi terhadap jaringannya menjadi 4G LTE Advanced.

Teknik pengumpulan pengambilan sampel pada penelitian ini sebesar 150 orang dengan membagikan kuesioner dan menggunakan tehnik purposive sampling. Penelitian ini menggunakan analisis Structural Equation Model (SEM) dengan AMOS 21 untuk mengolah hasil jawaban responden yang telah didapatkan dari penyebaran kuesioner tersebut.

Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa harga berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan dan loyalitas konsumen. Kualitas layanan juga memiliki pengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan dan loyalitas layanan, kepercayaan dan citra merek berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan tetapi tidak berpengaruh positif dan signifikan terhadap loyalitas.

Kata Kunci : Harga, Kualitas Layanan, Citra Merek, Kepercayaan, Kepuasan dan Loyalitas Konsumen.

**Analysis of Consumer Loyalty of Smartfren Users with Satisfaction  
as an Intervening Variable (Study on Galeri Smartfren Kaligarang  
Semarang)**

**WIDA APRIANA MUNINGGARJATI**

(Lecturer : DR Yohan Wismantoro, SE, MM)

*Bachelor of Management - S1, Faculty of Economy &  
Business, DINUS University*

*www.dinus.ac.id*

*Email : 211201202661@mhs.dinus.ac.id*

**ABSTRACT**

This research aims to analyze the factors that affect consumer loyalty, the variables that will be described in this research are price, quality of service, trust, and consumer satisfaction as an intervening variable. This study discusses about Smartfren which is a CDMA telecommunications service that is surviving in Indonesia. Smartfren continues to innovate in order to compete with the more popular GSM providers in Indonesian society, Smartfren makes an innovation on their network become 4G LTE Advanced.

The technique of collection sampling on the study uses 150 people by distributing questionnaires and using a purposive sampling method. This research uses the analysis of Structural Equation Models (SEM) with AMOS 21 to calculate the outcome of the respondent's answer obtained from the information of the questionnaires.

The results of this study indicate that the price has positive and significant effect on consumer satisfaction and loyalty. Service Quality also has positive and significant effect on consumer satisfaction and loyalty, however the trust and brand image have no effect on satisfaction and consumer loyalty.

Keyword : Price, Service Quality, Brand Image, Trust, Satisfaction and Consumer Loyalty.