**ABSTRAK**

Bernardus Hendy/ 27150021 / 2018 / Pengaruh Kualitas Produk dan Kualitas Layanan terhadap Tingkat Loyalitas Pelanggan Kartu Prabayar IM3 Ooredoo di Kawasan Kelapa Gading/Pembimbing: Ir. Tumpal JR Sitinjak,M.M.

Pada saat ini, industri telekomunikasi di Indonesia sedang mengalami kemajuan yang pesat. Kemajuan yang pesat ini disebabkan oleh adanya kebutuhan akan komunikasi yang telah menjadi salah kebutuhan utama masyarakat sebagai mahluk sosial. Industri telekomunikasi yang ada saat ini harus rutin dalam mengembangkan kualitas produk dan kualitas layanan yang dimiliki. Semua ini dilakukan agar tercapainya loyalitas konsumen. Penelitian ini bertujuan untuk menganalisa pengaruh kualitas produk dan kualitas layanan terhadap loyalitas konsumen

Dalam loyalitas pelanggan terdapat 4 dimensi loyalitas pelanggan, yaitu *repeat purchase* (pembelian kembali)*, retention* (ketahanan terhadap pengaruh dari luar)*,* *referrals* (mereferensikan keberadaan perusahaan secara total) dan pembelian antar lini produk dan jasa. Untuk variabel kualitas produk, terdapat lima dimensi menurut Kotler dan Keller (2016:393) terdiri dari bentuk (form), Fitur (feature), Penyesuaian (*Customization*), Kualitas Kinerja (*Performance Quality*), Kesesuaian Kualitas (*Conformance Quality*), Ketahanan (*Durability*), Keandalan (*Reliabilty*), Kemudahan Perbaikan (*Repairability*), Gaya (*Style*), Desain (*Design*)

Berkaitan dengan kualitas produk, kualitas produk merupakan salah satu variabel yang menentukan apakah suatu produk dinilai berkualitas oleh pelanggan. Baik atau buruknya kualitas suatu produk bersifat sangat relatif. Untuk mengatakannya, perlu terlebih dahulu dilakukan perbandingan kualitas produk yang akan dijual dengan kualitas produk serupa yang diproduksi atau dijual perusahaan lain. Untuk variabel kualitas layanan terdapat lima dimensi yang terdiri dari berwujud (*tangible*), Keandalan (*reliability*), Ketanggapan (*responsiveness*), Jaminan dan kepastian (*assurance*), Empati (*empathy*)

Metode penelitian yang digunakan adalah *nonprobability sampling* dengan metode *judgment sampling* dengan mengumpulkan data melalui kuisioner yang disebarkan kepada 100 responden yang merupakan pelanggan IM3 OOREDOO di Kelapa Gading. Alat ukur yang digunakan adalah uji validitas dan reliabilitas, analisis deskriptif, analisis regresi, uji F dan uji t. Alat bantu yang digunakan adalah SPSS 20.

Hasil penelitian menunjukkan bahwa variabel kualitas produk dan kualitas layanan terbukti mempengaruhi loyalitas pelanggan. Hal ini dapat dilihat dari hasil uji F dan uji t yang mana hasilnya sig uji F dan t <0,05 dan t hitung> t tabel

Berdasarkan hasil analisis dapat disimpulkan bahwa kualitas produk dan kualitas layanan terbukti berpengaruh positif terhadap loyalitas pelanggan IM3 Ooredoo. Hal ini menunjukkan apabila kualitas produk semakin baik dan kualitas layanan semakin baik maka akan diikuti dengan semakin tinggi loyalitas pelanggan.