

ABSTRAK

Tujuan dari penelitian ini adalah untuk mengetahui dan menganalisis pengaruh Kualitas Layanan Aplikasi Maxim terhadap Customer Loyalty dengan Kepuasan Pelanggan Sebagai Variabel Intervening. Populasi penelitian ini adalah Konsumen Aplikasi Maxim yang jumlahnya tidak diketahui secara pasti. Sampel dalam penelitian ini adalah Konsumen Aplikasi Maxim yang berjumlah 130 orang. Penelitian ini dilakukan dengan menggunakan metode *purposive sampling* yaitu penentuan sampel berdasarkan kesesuaian karakteristik dan kriteria tertentu. Data penelitian ini berasal dari kuesioner yang dibagikan langsung kepada responden. Metode analisis yang digunakan adalah metode kuantitatif dengan menggunakan *Smart Pls-4*. Hasil penelitian menunjukkan bahwa Kualitas Pelayanan berpengaruh positif dan signifikan terhadap Kepuasan Pelanggan; *Customer Loyalty* berpengaruh positif dan signifikan terhadap Kepuasan Pelanggan; Kualitas Pelayanan terhadap *Customer Loyalty* berpengaruh dan tidak signifikan terhadap Keputusan Pembelian.

Kata Kunci : Kualitas Pelayanan, Customer Loyalty dan Kepuasan Pelanggan.

ABSTRACT

The purpose of this study is to determine and analyze the effect of Maxim App Service Quality on Customer Loyalty, with Customer Satisfaction as an intervening variable. The population of this study was Maxim App consumers, whose exact number is unknown. The sample in this study was 130 Maxim App consumers. This study was conducted using a purposive sampling method, which determines the sample based on suitability to certain characteristics and criteria. The data for this study were obtained from questionnaires distributed directly to respondents. The analysis method used was quantitative, using Smart Pls-4. The results show that Service Quality has a positive and significant effect on Customer Satisfaction; Customer Loyalty has a positive and significant effect on Customer Satisfaction; and Service Quality has a negative but insignificant effect on Customer Loyalty on Purchasing Decisions.

Keywords: Service Quality, Customer Loyalty, and Customer Satisfaction.