

ABSTRAK

Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis Peningkatan Loyalitas Pelanggan Corpnet Melalui *Technology Acceptance Model* (TAM) Responden yang terlibat dalam penelitian ini sebanyak 110 Pelanggan Corpnet di Bandung,

Metode yang digunakan adalah teknik *non probability sampling*. Pengumpulan data dilakukan dengan menyebarkan kuesioner secara *online dan offline* serta metode analisis data dilakukan dengan regresi linier berganda menggunakan software SPSS 23.

Hasil penelitian menunjukkan bahwa secara parsial kegunaan dan kemudahan berpengaruh positif terhadap loyalitas pelanggan. Kemudian berdasarkan hasil uji F, hasil penelitian menunjukkan bahwa secara simultan mempengaruhi loyalitas pelanggan. Nilai koefisien determinasi diperoleh signifikan, hal ini berarti loyalitas pelanggan dipengaruhi oleh variabel kegunaan dan kemudahan sedangkan sisanya dapat dijelaskan oleh variabel-variabel lainnya yang tidak diteliti dalam penelitian ini.

Kata kunci: Kegunaan, kemudahan, Kepuasan , Loyalitas, *Techonology Acceptance Model*

ABSTRACT

This study aims to analyze the Improvement of Customer Loyalty Corpnet Through Technology Acceptance Model (TAM) Respondents involved in this study as much as 110 Customers Corpnet in Bandung, The method used is non probability sampling technique. Data collection was done by spreading the questionnaire online and offline and method of data analysis was done by multiple linear regression using SPSS 23 software. The results showed that partially usefulness and ease positively affect customer loyalty. Then based on F test results, the results showed that simultaneously affect customer loyalty. The value of coefficient of determination obtained significant, this means customer loyalty influenced by usability and convenience variables while the rest can be explained by other variables not examined in this study.

Keywords: Perceived of Usefulness. Ease of Use, Satisfaction, Loyalty, Techonology Acceptance Model