

**ABSTRAK**

Layanan jasa telekomunikasi di Indonesia telah mengalami perkembangan yang cukup pesat, kita dapat melihat dengan adanya banyak operator seluler yang bersaing di sektor penyedia layanan ini salah satunya yaitu provider By.U yang merupakan provider digital. Penelitian ini bertujuan untuk menguji pengaruh langsung persepsi kemudahan dan persepsi manfaat terhadap kepuasan pengguna, pengaruh langsung persepsi kemudahan dan persepsi manfaat terhadap loyalitas pengguna By.U dan pengaruh tidak langsung persepsi kemudahan, persepsi manfaat terhadap loyalitas pengguna melalui kepuasan pengguna By.U. Dalam penelitian ini populasi yang diteliti adalah semua pengguna *sim card* By.U minimal 1 tahun. Sampel dalam penelitian ini berjumlah 150 responden dengan menggunakan metode *Path Analysis*. Berdasarkan penelitian yang telah dilakukan maka dapat diambil kesimpulan bahwa persepsi kemudahan, persepsi manfaat dan kepuasan pengguna memiliki pengaruh langsung terhadap loyalitas pengguna. Terdapat pengaruh tidak langsung persepsi kemudahan, persepsi manfaat terhadap loyalitas pengguna melalui kepuasan pengguna. Namun persepsi kepuasan pengguna tidak dapat menjadi variabel mediasi antara persepsi kemudahan dengan loyalitas pengguna. Begitu juga persepsi kepuasan pengguna tidak dapat menjadi variabel mediasi antara persepsi manfaat dengan loyalitas pengguna.

**Kata kunci:** Persepsi Kemudahan, Persepsi Manfaat, Kepuasan Pengguna, Loyalitas Pengguna

**ABSTRACT**

*Telecommunication services in Indonesia have developed quite rapidly, we can see that there are many cellular operators competing in this service provider sector, one of which is the By.U provider, which is a digital provider. This study aims to examine the direct effect of perceived convenience and perceived benefits on user satisfaction, the direct effect of perceived convenience and perceived benefits on By.U user loyalty and the indirect effect of perceived convenience, perceived benefits on user loyalty through By.U user satisfaction. In this study the population studied was all By.U sim card users for at least 1 year. The sample in this study amounted to 150 respondents using the Path Analysis method. Based on the research that has been done, it can be concluded that perceived convenience, perceived benefits and user satisfaction have a direct influence on user loyalty. There is an indirect effect of perceived convenience, perceived benefits on user loyalty through user satisfaction. However, perceived user satisfaction cannot be a mediating variable between perceived convenience and user loyalty. Likewise, perceived user satisfaction cannot be a mediating variable between perceived benefits and user loyalty.*

**Keywords:** *Ease of Use, Perception of Benefits, Customer Satisfaction, Customer Loyal*