

ABSTRAK

Perkembangan Internet yang meningkat di Indonesia saat ini, membuat berbagai industri Telekomunikasi dan *provider* berlomba-lomba untuk menciptakan produk yang berkualitas dan lebih unggul dibandingkan dengan para pesaingnya. Suatu perusahaan yang bergerak dibidang telekomunikasi dan *provider* internet menyadari bahwa mereka tidak dapat bersaing hanya dengan produk tetapi juga harus mengembangkan strategi pelayanan kepada pelanggan, yaitu dengan cara *customer service* melakukan pelayanan yang terbaik untuk pelanggan. Pelanggan saat ini sangat pintar dalam menilai kualitas pelayanan dari sebuah produk atau jasa. Mereka menginginkan manfaat yang mereka dapatkan sesuai dengan pelayanan yang diberikan. tujuan penelitian ini adalah untuk menganalisis layanan *customer service representative* pada produk Indihome Plasa Telkom Lembong .

Jenis Penelitian yang digunakan adalah deskriptif kualitatif, Data Penelitian menggunakan data primer yang diperoleh dengan cara penulis menginterview manager dan menjadi pelanggan serta melakukan observasi selama 3 hari di Plasa Telkom Lembong

Hasil Observasi menunjukkan *Customer service* Plasa Telkom sudah sangat baik dalam menerapkan tugas dan fungsi *customer service*, proses pemberian layanan yang ekselen (*Excellent customer service*), penerapan komunikasi Verbal, penerapan komunikasi Non-verbal, dan *Service Breakdowns* and *Service Recovery*.

Kata Kunci : Customer Service, Excelent customer service, Listening