

ABSTRAK

Di era digital saat ini *marketing* menjadi sebuah hal yang sangat penting untuk pertumbuhan suatu usaha atau perusahaan. Banyak perusahaan tidak bisa *sustainable* karena tidak adanya inovasi terhadap produk, layanan serta marketing yang dilakukan agar bisa memberikan peningkatan pada jumlah pelanggan dan mempertahankan pelanggan yang ada. Saat ini dunia telekomunikasi sangatlah kompetitif dalam memberikan layanan *internet* kepada pelanggan seperti halnya di Kota Situbondo, banyak provider *internet* yang muncul seperti *Indihome*, *Biznet*, *Iconnet* serta *ISP* lokal yang resmi maupun tidak resmi. *Indihome* harus selalu meningkatkan kualitas layanan dan produk mereka serta harus bisa menyasar segala kelas ekonomi baik atas, menengah hingga bawah karena pertumbuhan *internet* akan selalu meningkat hingga daerah rural sekali pun.

Telkom Indonesia menjadi sebuah perusahaan yang bergerak di sektor telekomunikasi yang mempunyai salah satu produknya adalah *Indihome*. *Indihome* adalah suatu paket data dan layanan komunikasi layaknya layanan televisi interaktif (*UseTV Cable*, *IPTV*), *internet* (*Internet on Fiber* atau *High Speed Internet*), dan telepon rumah (*voice*). Layanan *Indihome* saat ini sangat fokus pada *customer experience* untuk meningkatkan kepuasan pelanggan terhadap layanan *Indihome*, sehingga untuk meningkatkan loyalitas pelanggan yang dilakukan oleh *Indihome* selalu menyisipkan poin *Customer Satisfaction* yang akan meningkatkan loyalitas pelanggan.

Riset ini ditujukan guna melakukan analisis Kepuasan serta Loyalitas pelanggan *Indihome* pada *e-service quality*, design web, harga dan kepercayaan yang diberikan hingga bisa memberikan peningkatan pada loyalitas dan kepuasan pelanggan *Indihome*.

Riset ini mencakup daerah Representative Office Situbondo (RO Situbondo) yang terbagi menjadi 4 wilayah yaitu, Situbondo, Mlandingan, Besuki dan Asembagus untuk sektor pelanggan retail dengan *sample Minimum* adalah 290 responden dengan metode *purposive sampling* kemudian akan dianalisis menggunakan metode *PLS Structural Equation Modeling* (SEM) dengan *Tools SmartPLS*.

Hasil yang diharapkan dari riset ini adalah guna memberikan peningkatan pada Kepuasan dan Loyalitas Pelanggan *Indihome* sehingga *Indihome* tetap bisa bersaing agar bisa memberikan peningkatan pada perolehan pelanggan baru dan mempertahankan pelanggan lama.

Kata Kunci: *Indihome*, *Trust*, *Customer Loyalty*, *Price*, *E-Service quality*, *Customer Satisfaction*

