

ABSTRAK

Kemajuan teknologi berbasis pita lebar (*broadband*) mempersempit jarak antar pengguna dengan sangat efektif dan efisien dibandingkan dengan menggunakan layanan telekomunikasi biasa. Hal ini dimanfaatkan PT Telkom untuk mendukung inovasi dan produk menuju layanan *Information, Media* dan *Edutainment* (“IME”), dengan brand Telkom Indihome. Indihome menjadi andalan PT Telkom sebagai revenue generator baru yang dirancang dengan teknologi full fiber yang mempunyai tingkat kehandalan tinggi, terdiri dari Internet Cepat (*High Speed Internet*), *Interactive TV* (UseeTV) dan *Voice* (Telepon Rumah). yang menggunakan 100 % Fiber, dengan keunggulan mentransmisikan signal berkecepatan tinggi.

Lewat produk Indihome, Telkom ingin menjadi *The King of Digital* yaitu pemenang pasar internet *broadband* di Indonesia. Namun pertengahan tahun 2015 *market share* Indihome baru mencapai 18,64% skala nasional dan Wilayah Bandung hanya 9.93%. Data call center PT Telkom menyatakan jumlah keluhan pelanggan Indihome mencapai 6 % sampai 7 % per bulan sepanjang tahun 2015, tidak sesuai dengan target yang diinginkan yaitu sebesar 1% per bulan, sehingga perlu adanya kajian terhadap QoS Indihome. Jumlah keluhan pelanggan wilayah Bandung menempati urutan ke dua dari kota-kota besar di Jawa, sehingga penelitian ini dilakukan di Bandung.

Indihome adalah brand baru dari produk Telkom, yang sebelumnya bernama Speedy. Hasil survei *top brand award* tahun 2014 Speedy mendapatkan *Top Brand Index* (TBI) sebesar 56,70%, sedangkan pada akhir tahun 2015 TBI Indihome sebesar 48,20%, turun 8,20 poin dari TBI Speedy.

Jahanzeb (2013) membuktikan adanya pengaruh *service quality* terhadap *brand equity*, sehingga peneliti tertarik untuk mengetahui apakah ada pengaruh *Quality of Service* terhadap *Brand Equity*, khususnya produk *broadband* akses internet dalam hal ini Indihome.

Berdasarkan latar belakang yang telah dipaparkan, peneliti mengangkat judul penelitian “Pengaruh *Quality of Service* terhadap *Brand Equity* Indihome di Bandung”.

Keyword: Quality of Service, Brand Equity, Indihome, Telkom Akses Internet,