ABSTRAK

PT. Telkom Indonesia adalah salah satu Badan Usaha Milik Negara yang bergerak dibidang telekomunikasi dan salah satu perusahaan telekomunikasi terbesar di Indonesia. Salah satu produknya adalah IndiHome. Guna memenuhi kebutuhan pelanggan IndiHome melakukan perubahan dengan mengeluarkan layanan *Triple Play* yang menyediakan tiga jenis layanan yaitu *My Internet, My Phone & My Tv.* Hingga akhir tahun 2015 tercatat IndiHome mendapat 1 juta pelanggan. Karena itu perusahaan juga diharuskan untuk memberikan kualitas pelayanan yang terbaik guna untuk mempertahankan loyalitas pelanggan terhadap merk. Pelayanan tersebut diberikan melalui Telkom Plasa. Responden yang diteliti dalam penelitian ini adalah pelanggan IndiHome di Kota Bandung.

Perumusan masalah dalam penelitian ini adalah bagaimana pengaruh elemen-elemen kualitas pelayanan terhadap *brand loyalty.* Teknik analisis data yang digunakan dalam penelitian ini adalah kuantitatif kausal dengan metode regresi linier berganda. Populasi yaitu pelanggan IndiHome di Kota Bandung yang berjumlah 112.064 yang pernah mendapatkan pelayanan dari Telkom Plasa di Kota Bandung dengan sampel sebanyak 100 responden. Variabel bebas adalah *reliability, responsiveness, assurance, empathy* dan *tangible.* Variabel terikat adalah *brand loyalty.* Pengumpulan data dilakukan dengan menyebar kuesioner kepada pelanggan IndiHome di Kota Bandung.

Dengan menggunakan teknik analisis deskriptif, persentase rata-rata variabel kualitas pelayanan berada pada kategori cukup. Dan persentase variabel *brand loyalty* berada pada kategori cukup. Hasil perhitungan didapatkan bahwa kualitas pelayanan berpengaruh secara simultan terhadap *brand loyalty.* Namun secara parsial ada yang berpengaruh signifikan dan ada yang tidak berpengaruh signifikan. Besarnya pengaruh tersebut sebesar 45,3%, sedangkan sisanya sebesar 54,7% dipengaruhi oleh faktor lain diluar variabel penelitian. Sehingga kualitas pelayanan yang dilakukan Telkom kurang baik untuk perusahaan sebesar Telkom.

Kata kunci: Kualitas Pelayanan, *Reliability, Responsiveness, Assurance, Empathy, Tangible, Brand Loyalty*