

## ABSTRAK

Penetrasi pengguna Internet di Indonesia terus tumbuh, saat ini di atas angka 88,10 juta atau sekitar 34,90 % jumlah penduduk Indonesia. Survey APJII menunjukkan bahwa tempat yang paling favorit untuk mengakses internet adalah dari rumah pribadi masing-masing (lokasi yang bersifat permanen / *fixed*)

Telkom mengerahkan segenap upaya dalam rangka membangkitkan kembali bisnis *fixed line* melalui peluncuran produk Indihome pada awal tahun 2015, yaitu paket bundling produk dengan akses fiber optik yang terdiri dari layanan internet kecepatan tinggi, *fixed phone* dan *interactive TV*. Karena angka laporan gangguan-nya terus meningkat, diduga pelanggan produk Indihome Fiber ini belum puas dan belum merasakan *service quality* yang baik. Penelitian ini akan melihat bagaimana kualitas pelayanan produk Indihome yang dipersepsikan oleh pelanggan dengan melibatkan pengukuran pada ketiga dimensi tersebut. Dan bagaimana pengaruh *service quality* tersebut terhadap *customer satisfaction*.

Berdasarkan tinjauan pustaka, pengukuran *service quality*, perlu melibatkan pengukuran pada ketiga dimensinya, berdasarkan *Gronroos's Service Quality Model*, yaitu : *functional*, *technical* dan *image*. Dimensi *functional* dijabarkan lebih lanjut ke dalam lima instrumen SERVQUAL yaitu : *reliability*, *responsiveness*, *assurance*, *empathy* dan *tangibles*.

Data penelitian diperoleh langsung dari responden dengan menggunakan kuesioner online yang disebarakan melalui e-mail kepada pelanggan Indihome Fiber di Balikpapan, jumlah responden valid yang mengisi kuesioner tercatat sebanyak 400. Analisis data dalam penelitian ini menggunakan SEM (*Structural Equation Modelling*), dengan bantuan software SmartPLS 2.0.

Dari hasil penelitian ini didapatkan bahwa dimensi *reliability* pada variabel *functional quality* dipersepsikan pelanggan masih belum baik. Variabel *functional quality* dan *technical quality* berpengaruh positif dan signifikan pada *image*. *Functional quality*, *technical quality* dan *image* berpengaruh positif dan signifikan pada *service quality*. *Service quality* dan *image* berpengaruh positif dan signifikan terhadap *customer satisfaction*. Hasil lain yang didapatkan adalah *Gronroos's service quality model* ini dapat digunakan untuk memprediksi pengaruh *functional quality*, *technical quality* terhadap *image* secara moderat; memprediksi pengaruh *functional quality*, *technical quality* dan *image* terhadap *service quality* secara substansial; dan memprediksi pengaruh *service quality* dan *image* terhadap *customer satisfaction* secara substansial. Penelitian ini merupakan bukti empiris dalam penggunaan model Gronroos untuk menjelaskan pengaruh *service quality* pada kepuasan pelanggan.

Kata kunci : *service quality*, *customer satisfaction*, SEM