

ABSTRAK

Melihat fenomena yang terjadi saat ini dimana permintaan masyarakat akan layanan berbasis teknologi *FTTH* dan *Triple Play* semakin meningkat namun tidak disertai dengan peningkatan kualitas produk dan pelayanan serta penetapan harga IndiHome yang tidak kompetitif, tidak menutup kemungkinan bahwa IndiHome akan kalah bersaing dengan perusahaan kompetitor maupun dengan perusahaan-perusahaan pendatang baru. Terkait dengan hal tersebut, maka diperlukan suatu penelitian yang menganalisa loyalitas pelanggan secara lebih mendalam agar loyalitas pelanggan terhadap produk IndiHome dapat terus meningkat.

Melalui penelitian ini dilakukan dua tahapan penelitian. Penelitian pertama bertujuan untuk mengetahui bagaimana penilaian pelanggan terhadap kualitas produk, kualitas pelayanan, harga, kepuasan serta loyalitas pelanggan IndiHome di Kota Bandung. Sedangkan penelitian kedua bertujuan untuk mengevaluasi pengaruh variabel kualitas produk, kualitas pelayanan, dan harga, terhadap kepuasan pelanggan dan loyalitas pelanggan IndiHome di Kota Bandung. Evaluasi pengaruh antar variabel dilakukan dengan menggunakan teknik analisa Regresi Berganda.

Metode pengumpulan data dilakukan dengan penyebaran kuesioner secara online kepada 100 orang pelanggan IndiHome di Kota Bandung yang pernah berlangganan maupun masih berlangganan sampai sedang saat ini. Setelah data kuesioner diperoleh, data tersebut kemudian diolah menggunakan software SPSS 20.0.

Berdasarkan hasil pengolahan data dan pembahasan diperoleh kesimpulan bahwa penilaian pelanggan terhadap kualitas produk, kualitas pelayanan, harga, kepuasan serta loyalitas pelanggan IndiHome di Kota Bandung rata-rata berada di tingkatan cukup baik hingga baik namun masih belum mencapai tingkatan sepenuhnya baik, apalagi sangat baik. Hal ini menunjukkan bahwa perusahaan masih harus meningkatkan performansinya karena setiap pelanggan pada dasarnya menginginkan yang terbaik dari kelima aspek tersebut. Sedangkan berdasarkan evaluasi pengaruh variabel bebas terhadap variabel terikat, terdapat dua jenis pengaruh meliputi pengaruh simultan dan pengaruh parsial. Hasil penelitian menyatakan bahwa kualitas produk, kualitas pelayanan, dan harga berpengaruh terhadap kepuasan pelanggan secara simultan (bersama-sama) dan parsial terhadap loyalitas pelanggan IndiHome di Kota Bandung.

Dalam rangka meningkatkan kepuasan dan loyalitas pelanggan IndiHome di Kota Bandung, PT. Telekomunikasi Indonesia harus melakukan perbaikan di semua aspek dengan aspek kepuasan pelanggan sebagai prioritas utama disusul aspek harga, kualitas pelayanan dan kualitas produk.

Kata Kunci : Loyalitas Pelanggan; *Triple Play*; IndiHome; Analisa Regresi Berganda.