

ABSTRAK

Internet merupakan pengembangan dari teknologi yang sangat berguna dalam segala hal yang berbau dengan telekomunikasi dan informasi, sebuah teknologi yang bisa dikatakan sebagai kebutuhan pada saat ini yang hampir setiap populasi manusia merupakan penggunaannya. Dengan adanya suatu kebutuhan yang dirasa oleh pengguna internet memang diperlukan, menjadikan banyak perusahaan-perusahaan yang berhubungan dengan jaringan internetpun berdiri yang pada saat ini disebut ISP (*Internet Service Provider*), terutama di Indonesia dalam persaingannya untuk mendapat pelanggan sebanyak-banyaknya, maka peperangan pelayananpun pasti terjadi. Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui bagaimana kualitas pelayanan dan kepuasan pada layanan *Triple Play* oleh First Media dan seberapa besar pengaruh kualitas pelayanan terhadap kepuasan pelanggan pada penggunaan layanan *Triple Play* yang dimiliki First Media secara parsial dan simultan.

Penelitian ini dilakukan pada layanan *Triple Play* yang dimiliki First Media menggunakan kualitas pelayanan sebagai variabel independen yang terbagi kedalam lima sub-variabel yaitu *Tangible*, *Emphaty*, *Reliability*, *Responsiviness*, dan *Assurance*. Kemudian untuk variabel dependen pada penelitian ini adalah kepuasan pelanggan.

Penelitian ini merupakan penelitian kuantitatif yang melibatkan 400 responden sebagai sampel. Cara mengumpulkan data dilakukan dengan penyebaran kuesioner yang menggunakan lima poin skala *likert*. Teknik analisis statistik yang dilakukan adalah analisis deskriptif dan analisis regresi linier berganda untuk pengujian hipotesis dengan menggunakan bantuan *SPSS for windows v.23* untuk pengolahan datanya.

Hasil penelitian menunjukkan bahwa kualitas pelayanan berada dalam kategori setuju dan kepuasan pelanggan berada dalam kategori cukup setuju. Secara parsial promosi *Reliability* dan *Responsiviness* berpengaruh signifikan terhadap kepuasan pelanggan, namun *Tangible*, *Emphaty*, dan *Assurance* tidak berpengaruh signifikan terhadap kepuasan pelanggan. Hasil uji koefisien determinasi didapatkan nilai 47,2% pengaruh bauran promosi terhadap keputusan pembelian sedangkan sisanya 52,8% dipengaruhi factor lain yang tidak diteliti di penelitian ini.

Berdasarkan hasil penelitian, maka layanan *Triple Play* pada First Media sebaiknya meningkatkan kualitas pada *Tangible*, *Emphaty*, dan *Assurance* serta mempertahankan *Reliability* dan *Responsiviness*.

Kata Kunci : Kualitas Pelayanan, Kepuasan Pelanggan, *Triple Play*, First Media