

## Abstrak

Dewasa ini ada banyak merek yang sukses menjalin hubungan erat dengan customer. Namun, tidak banyak pula perusahaan yang gagal dalam membina hubungan baik dengan customernya. Diperlukan cara yang tepat agar sebuah merek dapat mengambil hati pelanggan dan keluar sebagai pemenang. Kotler dan Kertawijaya dalam (pemasaran 4.0, 2016 : 153-156) mengatakan bahwa salah satu cara yang tepat di era *digital* saat ini adalah melalui aplikasi seluler. Sedangkan salah satu perusahaan nasional di Indonesia yg telah menyediakan layanan mobile apps adalah PT. Telkom Indonesia dengan produk *IndiHome* juga mempunyai mobile apps bernama MyIndiHome.

Maka, tujuan dari penelitian ini adalah untuk mengetahui pengaruh aplikasi seluler *MyIndiHome* terhadap keterlibatan pelanggan di kota Bandung. Metodologi yang digunakan dalam penelitian adalah kuantitatif dengan paradigma positivistik. Analisis data akan dilakukan menggunakan analisis deskriptif dan regresi linier sederhana. Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa nilai koefisien determinasi ( $R^2$ ) dari penelitian ini adalah 0,702 sehingga dapat disimpulkan bahwa aplikasi seluler *Myindihome* (variable X) mempengaruhi 70,2% terhadap keterlibatan pelanggan (variable Y) dan sisa sebanyak 29,8% dipengaruhi faktor lain.

Kata Kunci : Aplikasi Seluler, Keterlibatan Pelanggan, Pemasaran 4.0