

ABSTRAK

Pertumbuhan pengguna internet secara Global menunjukkan peningkatan. Pertumbuhan pengguna internet ini juga berpengaruh terhadap pertumbuhan pengguna media sosial dan *mobile*. Dengan demikian maka kebutuhan dan permintaan akan internet semakin tinggi di Indonesia, PT. Telekomunikasi Indonesia sebagai salah satu operator Telekomunikasi terbesar di Indonesia ingin meningkatkan kualitas layanan sesuai visi dan misinya dengan membuat infrastruktur menggunakan serat optik sebagai media transmisinya, salah satu produk yang hadir adalah pelayanan IndiHome. Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui persepsi nilai IndiHome di Kota Bandung; mengetahui kepuasan pelanggan IndiHome di Kota Bandung; dan mengetahui seberapa besar pengaruh persepsi nilai terhadap kepuasan pelanggan IndiHome di Kota Bandung.

Metode penelitian yang digunakan adalah metode penelitian deskriptif dan verifikatif. Data penelitian diperoleh dari penyebaran kuesioner. Unit sampel dalam penelitian ini adalah 100 orang pelanggan IndiHome di Kota Bandung. Hasil penyebaran angket diolah melalui bantuan *Microsoft Excel* dan *SPSS 24.00*. Teknik analisis data yang digunakan dalam penelitian ini adalah regresi linear sederhana.

Berdasarkan hasil penelitian ditemukan bahwa persepsi nilai IndiHome di Kota Bandung berada dalam kategori yang tinggi. Kepuasan pelanggan IndiHome di Kota Bandung berada dalam kategori yang tinggi. Persepsi nilai berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan pelanggan IndiHome di Kota Bandung. Upaya peningkatan persepsi nilai IndiHome di Kota Bandung dapat dilakukan melalui penyediaan berbagai paket pelayanan dengan kualitas yang memadai namun harga murah. Ini perlu didukung oleh pelayanan pemasangan IndiHome yang gratis, pegawai IndiHome yang dapat diandalkan, dan penanganan keluhan yang cepat.

Kata Kunci : Persepsi Nilai dan Kepuasan Pelanggan