ABSTRAK

Fakta dilapangan menunjukan bahwa pengalaman pelanggan terhadap layanan *IndiHome* pada periode 2018 terdapat hasil yang mengejutkan dimana kekecewaan meningkat dari 18% hingga 25% dan terjadi fluktuasi kekecewaan sepanjang tahun 2018 ini. Berdasarkan hal tersebut penulis bermaksud meneliti kualitas pelayanan dan nilai pelanggan berbasis digital pada media sosial *Facebook* terhadap kepuasan pelanggan pada produk IndiHome di Kota Bandung.

Jenis penelitian deskriptif dengan metode penelitian kuantitatif, menggunakan teknik *Simple Random Sampling*. Sampel yang diambil dalam penelitian ini sebanyak 100 responden. Instrumen utama pengumpulan data adalah kuesioner yang diukur dengan skala likert, serta jenis data yang digunakan adalah data primer. Hasil dari persamaan regresi berganda menunjukan hasil $Y = 0{,}477 + 0{,}130\, X_1 + 0{,}160\, X_2$ dan hasil uji determinan menunjukan berpengaruh positif dan signifikan sebesar 39,6% Kepuasan Pelanggan pada Media Sosial *Facebook IndiHome* dipengaruhi oleh Kualitas Pelayanan dan Nilai Pelanggan, sementara sisanya sebesar 60,4% dipengaruhi oleh faktor lainnya yang tidak diteliti.

Kata Kunci : Kualitas Pelayanan, Nilai Pelanggan, Media Sosial, Kepuasan Pelanggan