

ABSTRAK

IndiHome merupakan produk *fixed Broadband* dari PT Telekomunikasi Indonesia. Jumlah pemasangan IndiHome pada Witel Bandung mengalami penurunan jika dibandingkan tahun 2018 & 2019. Berdasarkan data witel Bandung jumlah cabut IndiHome pada tahun 2019 mengalami peningkatan jika dibanding tahun 2018 juga pada tahun 2019 mengalami kenaikan jumlah keluhan.

Pada penelitian ini merupakan jenis penelitian deskriptif kuantitatif, dengan menggunakan teknik *nonprobability sampling* yang menggumpulkan jawaban dari 100 responden. Penelitian ini dilakukan pada witel Bandung, yang menghasilkan hasil penelitian menunjukkan harga 83,91%, kualitas produk 83,97% dan kepuasan konsumen 84,55% masuk pada kategori sangat baik. Serta adanya pengaruh harga terhadap kepuasan konsumen IndiHome dan adanya pengaruh kualitas produk terhadap kepuasan konsumen IndiHome, selain itu harga dan kualitas produk secara simultan berpengaruh terhadap kepuasan konsumen, yang dapat dilihat dari $F_{tabel} 133.223 > t_{tabel} 3,09$ dan nilai signifikansi 0,001 (Harga) dan 0,000 (Kualitas Produk) $< 0,05$. Berdasarkan hasil perhitungan kepuasan konsumen dipengaruhi harga dan kualitas produk sebesar 73,3%. Berdasarkan hal tersebut menyarankan untuk meninjau serta menyesuaikan harga – harga paket IndiHome serta membuat produk IndiHome yang memiliki kualitas baik.

Kata Kunci: Harga, Kualitas Produk, Kepuasan Konsumen