

## ABSTRAK

Perkembangan internet pada saat ini mengalami kemajuan yang pesat dan menjadi sesuatu yang penting dan dibutuhkan oleh semua orang. Pengguna internet di Indonesia terus meningkat setiap tahunnya, hingga pada akhir tahun 2019 tercatat bahwa populasi penduduk di Indonesia mencapai 7.697 juta jiwa dengan jumlah pengguna internet sebanyak 143.3 juta *users* yang berarti sudah mencapai 55% dari total kependudukan. Sebagai salah satu negara yang pertumbuhan pengguna internetnya tertinggi di dunia. Para penyedia layanan internet berlomba untuk memberikan kualitas pelayanan yang terbaik.

Penelitian ini mengukur loyalitas pelanggan dan kepuasan pelanggan pada indihome fiber dengan melihat dimensi *service quality* dari empat variabel yaitu *network quality*, *customer service*, *information quality*, *security & privacy* dan dimensi citra perusahaan atau *corporate image*.

Penelitian ini menggunakan metode kuantitatif, dengan tujuan penelitian deskriptif dan kausal, tidak mengintervensi data, unit analisis bersifat individual dengan *non contrived setting* dan waktu penelitian bersifat *cross section*. Dalam pengambilan data, penelitian ini menggunakan secara online melewati *media social* dengan sampel 385 responden yang valid, dengan kriteria responden sebagai pelanggan indihome Fiber dan telah dibagi dalam lima kota besar di Indonesia yaitu Jakarta, Surabaya, Bandung, Medan, dan Makassar. Teknik sampling menggunakan *non probability sampling* dengan *quota sampling*. Teknik analisis data menggunakan *Structural Equation Modeling (SEM) Partial Least Square (PLS)* menggunakan aplikasi SmartPLS 3.0, serta uji hipotesis dengan uji T secara parsial. Hasil dari penelitian ini adalah semua hipotesis diterima.

**Kata kunci** : *Service quality, corporate image, customer satisfaction, customer loyalty. Structural Equation Modeling (SEM).*