

## ABSTRAK

Pesatnya perkembangan teknologi yang berbasis internet menjadi peluang bagi operator layanan telekomunikasi untuk memenuhi kebutuhan masyarakat. Salah satunya Indihome produk dari PT Telkom Indonesia. Permasalahan tersebut didasari bahwa penyedia operator layanan telekomunikasi di Kota Bandung sudah sangat banyak jumlahnya dengan menawarkan berbagai layanan untuk mendapatkan kepuasan pelanggannya., hal ini menjadi tantangan bagi Telkom dalam menjaga citra baik perusahaan, kepercayaan merek Indihome dan tetap menjaga kualitas produk Indihome agar penjualan produk dapat melebihi target yang di tetapkan. Sehingga penelitian ini bertujuan untuk mengetahui dan menganalisis pengaruh *brand image*, *brand trust* dan kualitas produk terhadap kepuasan pelanggan Indihome di Kota Bandung.

Metode penelitian yang digunakan dalam penelitian ini adalah metode kuantitatif dengan jenis penelitian deskriptif. Pengambilan sampel dilakukan dengan Teknik *non probability sampling* yang digunakan adalah purposive sampling jumlah responden 400 pelanggan Indihome di Kota Bandung. Sedangkan Teknik analisis data yang digunakan adalah analisis deskriptif dan analisis regresi linier berganda.

Hasil penelitian berdasarkan analisis deskriptif untuk variabel *brand image* sudah dalam kategori sangat baik sebesar 90%, variabel *brand trust* sudah dalam kategori sangat baik sebesar 89%, variabel kualitas produk sudah dalam kategori sangat baik sebesar 89% dan variabel kepuasan pelanggan sudah dalam kategori yang sangat baik sebesar 92%. *Brand image*, *brand trust* dan kualitas produk berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan pelanggan dengan besarnya pengaruh sebesar 55,8% dan sisanya sebesar 44,2% dipengaruhi oleh faktor-faktor lain yang tidak diteliti.

**Kata Kunci:** *Brand Image, Brand Trust, Kualitas Produk, Kepuasan Pelanggan*