

## **ABSTRAK**

Penelitian ini di latarbelakangi oleh meningkatnya kebutuhan masyarakat terhadap internet, terjadi pergeseran pola konsumsi masyarakat dimana sebelumnya pengguna internet lebih banyak untuk kebutuhan sekunder, kini berubah menjadi kebutuhan primer. Dengan melihat bahwa internet sudah menjadi sebuah kebutuhan semua perusahaan penyedia jasa internet dipacu untuk memberikan pelayanan prima pada seluruh pelanggannya. Salah satu penyedia jasa internet adalah Telkom Indonesia dengan Indihome sebagai produknya. Penelitian ini bertujuan untuk meneliti pengaruh kualitas produk terhadap kepuasan pelanggan Indihome PT Telkom Indonesia Witel Sukabumi.

Dalam penelitian ini metode yang digunakan yaitu deskriptif kuantitatif dimana data yang didapatkan melalui kuisisioner. Populasi pada penelitian ini adalah konsumen yang menggunakan produk indihome di Sukabumi yang jumlahnya tidak diketahui secara pasti. Jumlah sample yang ditargetkan untuk mengisi kuisisioner adalah 100 responden secara acak. Kualitas produk adalah salah satu saran positioning utama pada pemasar, dan mempunyai dampak langsung pada kinerja produk, dimensi yang digunakan pada kualitas produk yaitu fitur, kinerja, kesesuaian dengan spesifikasi, daya tahan, kehandalan, kualitas yang dipersepsikan, estetika. Sedangkan kepuasan pelanggan yaitu perasaan seseorang senang atau kecewa yang dihasilkan dari membandingkan kinerja produk yang dirasakan (atau hasil) dengan harapan. Jika kinerja jauh dari harapan, konsumen tidak puas. Jika sesuai harapan, konsumen puas. Jika melebihi harapan, konsumen sangat puas atau senang. Maka dimensi yang digunakan pada kepuasan pelanggan yaitu niat beli ulang, merekomendasikan produk atau jasa, dan konfirmasi harapan.

Hasil penelitian ini merupakan hasil pengolahan yang diketahui bahwa variabel kualitas produk memiliki pengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan pelanggan dengan variabel (X) dan variabel (Y) berdasarkan analisis deskriptif. Namun masih terdapat kekurangan dalam masing-masing dimensi disetiap variabel.

Kata kunci: Metode deskriptif – kuantitatif, kualitas harga, kepuasan pelanggan