

## ABSTRAK

Hingga saat ini masa pandemi masih berlangsung, berbagai aktivitas telah banyak diahlihan yang semula bersifat *offline* menjadi kegiatan *online*. Telkom Indonesia melalui IndiHome berupaya memenuhi dan mendukung segala aktivitas masyarakat akan kebutuhan layanan internet. IndiHome merupakan layanan digital yang menjadi garis depan dalam menyediakan akses internet di Indonesia.

IndiHome memiliki 2 tim dalam menawarkan layanan yaitu secara manual dengan menggunakan pemasaran secara langsung dan menggunakan pemasaran melalui *Digital Channel*. *Digital Marketing Operation* merupakan unit yang berperan dalam mengelola pemasaran IndiHome melalui media digital. Dalam proses tersebut, tim digital memiliki *landing page* yang berfungsi sebagai media dalam proses registrasi. Penelitian ini bertujuan untuk melakukan suatu kajian yang berbentuk penelitian tentang *Customer Satisfaction* dalam proses registrasi IndiHome Tim *Digital Channel* Telkom Regional 4 menggunakan metode (IPA).

Metode yang digunakan dalam penelitian ini adalah metode kuantitatif, pengumpulan data dilakukan dengan *interview*, kuesioner, observasi dan studi pustaka. Total jumlah responden yang dijadikan sampel pada penelitian ini adalah 241 responden. Teknik analisa data yang digunakan adalah analisis deskriptif, metode (IPA) dan *Customer Satisfaction Index (CIS)*.

**Kata Kunci :** IndiHome, *Customer Satisfaction*, Metode (IPA)