ABSTRAK

Perkembangan teknologi komunikasi dan teknologi informasi di era globalisasi saat ini, menyebabkan banyak bermunculan berbagai macam operator. Manfaat yang dirasakan adanya akses telekomunikasi mendorong pertumbuhan bisnis maupun ekonomi masyarakat serta membuat masyarakat semakin berkembang dan maju. Banyaknya operator yang bermunculan tersebut terjadinya persaingan yang semakin ketat antara operator penyedia jasa telekomunikasi dalam menarik konsumen untuk menggunakan produknya. Salah satu bentuk usaha adalah dengan meningkatkan kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Konsumen.

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui apakah dimensi dalam kualitas pelayanan yaitu *tangible, reliability, responsiveness, assurance,* dan *emphaty* berpengaruh terhadap kepuasan konsumen Galery Smartfren Soekarno Hatta Bandung dan menganalisis faktor yang paling dominan dalam mempengaruhi kepuasan konsumen Galery Smartfren Soekarno Hatta Bandung. Populasi dalam penelitian ini adalah responden secara random yang berkunjung di Galery Smartfren Soekarno Hatta Bandung. Sampel yang diambil sebanyak 100 responden dengan menggunakan teknik penentuan sampel berdasarkan kebetulan, yaitu siapa yang bertemu dengan peneliti dijadikan sampel jika dipandang cocok.

Berdasarkan hasil penelitian, diperoleh persamaan regresi sebagai berikut : Y = 20,115 + 0,048X1 -0,027X2 - 0,002X3 - 0,011X4 + 0,076X5. Berdasarkan analisis data statistik, indikator-indikator pada penelitian ini bersifat valid dan variabelnya bersifat reliabel. Berdasarkan hasil perhitungan diketahui bahwa Koefisien Determinasi yang didapat adalah sebesar 0,008, yang berarti kualitas layanan tidak berpengaruh signifikan terhadap kepuasan pelanggan. Kesimpulan dari penelitian ini adalah bahwa kualitas layanan baik secara parsial maupun simultan tidak berpengaruh signifikan terhadap kepuasan pelanggan.

Kata-kata kunci: *reliability, responsiveness, assurance, emphaty, tangible*.