

ABSTRAK

Perkembangan telekomunikasi dan informasi merupakan peluang bisnis yang sangat menjanjikan keuntungan yang menggiurkan salah satunya adalah internet. Salah satu peluang bisnis dengan adanya perkembangan internet ini adalah Industri Penyedia Layanan Internet. PT. Inovasi Tjaraka Buana adalah perusahaan pengelola “MyNET”, sebuah penyedia layanan internet yang berdiri tahun 2013. Dalam menjalankan bisnisnya MyNet tentu juga mendapatkan keluhan dari para pelanggannya. Untuk mempertahankan dan meningkatkan kualitas pelayanan kepada pelanggan MyNet perlu dikaji tentang berbagai faktor yang dijadikan landasan untuk meningkatkan kepuasan bagi para pelanggan dalam menghadapi persaingan industri pelayanan jasa internet, hal ini tentunya agar pelanggan MyNet tetap puas untuk menggunakan jasa internet.

Melalui penelitian ini dilakukan penilaian pengaruh *Service Quality* yang meliputi *Tangible, Reliability, Responsiveness, Assurance* dan *Empathy* terhadap *Customer Satisfaction*. Metode pengumpulan data dilakukan melalui penyebaran kuesioner melalui email dan aplikasi sosial media dengan sampel sebanyak 300 responden yang pernah menggunakan jasa MyNet. Teknik analisis yang digunakan yaitu analisis deskriptif dan analisis regresi linier sederhana.

Berdasarkan hasil pengolahan data, *Service Quality* MyNet memperoleh persentase sebesar 73,4% termasuk dalam kategori baik. Persentase tertinggi berada pada dimensi *Tangible, Responsiveness* dan *Assurance* yang mendapatkan hasil yang sama sebesar 75% yang menunjukkan bahwa kualitas pelayanan MyNet dinilai baik oleh pelanggan. Sedangkan variabel *Customer Satisfaction* berada dalam kategori baik dengan persentase 74%.

Sedangkan berdasarkan hasil uji hipotesis pengaruh variabel *Serrvice Quality* terhadap *Customer Satisfaction* terbukti memiliki pengaruh positif signifikan terhadap *Customer Satisfaction*. Berdasarkan hasil penelitian penulis menyarankan kepada perusahaan MyNet agar terus meningkatkan kualitas pelayanan khususnya dalam hal empati. Sehingga dapat lebih meningkatkan kepuasan pelanggan.

Kata Kunci: *Service Quality, Customer Satisfaction*