

## ABSTRAK

Penelitian ini dilatar belakangi oleh perkembangan teknologi dan informasi yang berkembang pesat sehingga dapat mendominasi hampir seluruh sektor bisnis, salah satunya pada bisnis *fixed broadband*. Hal ini membuat perusahaan penyedia layanan telekomunikasi harus meningkatkan kualitas produk dan kualitas pelayanan untuk mengatasi persaingan dan niat beli ulang pelanggannya. Oleh karena itu PT Telekomunikasi Indonesia meluncurkan *fixed broadband* yaitu IndiHome dengan menggunakan jaringan *Fiber To The Home* (FTTH) yang lebih canggih menggantikan pendahulunya Speedy. IndiHome sendiri merupakan layanan *Triple Play* yang terdiri dari *Internet on Fiber* atau *High Speed Internet*, *Phone* (Telepon Rumah), dan IPTV (UseTV Cable).

Tujuan dari penelitian ini adalah untuk mengetahui seberapa besar pengaruh kualitas produk dan kualitas pelayanan program *Triple Play* IndiHome terhadap niat beli ulang pelanggan menurut persepsi pelanggan IndiHome sendiri.

Penelitian ini merupakan penelitian kuantitatif yang melibatkan 400 responden sebagai sampel. Cara pengumpulan data dilakukan dengan menyebarkan kuesioner yang menggunakan lima poin skala *likert*. Teknik analisis statistik yang dilakukan adalah analisis deskriptif dan analisis regresi linier berganda untuk pengujian hipotesis, dan untuk pengolahan data peneliti menggunakan *software SPSS for Windows Version 20.0*.

Hasil yang didapatkan adalah diketahui bahwa secara parsial semua variabel independen berpengaruh secara signifikan terhadap variabel dependen, secara simultan kualitas produk dan kualitas pelayanan memiliki pengaruh secara signifikan terhadap niat beli ulang pelanggan. Dari hasil analisis regresi linier berganda diketahui  $Y = -0,160 + 0,303X_1 + 0,661X_2$  yang diartikan bahwa variabel kualitas pelayanan memiliki pengaruh lebih besar dibandingkan kualitas produknya. Untuk nilai koefisien determinasi diketahui sebesar 0,348. Hal ini menunjukkan bahwa variabel kualitas produk ( $X_1$ ) dan kualitas pelayanan ( $X_2$ ) berpengaruh 34,8% terhadap niat beli ulang konsumen ( $Y$ ) sedangkan 65,2% sisanya dijelaskan oleh variabel lain yang tidak digunakan dalam penelitian ini.

Kesimpulan yang dapat diambil adalah ada baiknya jika IndiHome meningkatkan lagi kualitas produk dan kualitas pelayanan yang sudah diberikan kepada pelanggan, sehingga pelanggan *Triple Play* IndiHome akan terus berlangganan dan dapat merekomendasikan produk IndiHome kepada yang belum berlangganan.

**Kata Kunci:** kualitas produk, kualitas pelayanan, niat beli ulang, indihome