

## ABSTRAK

Indihome merupakan salah satu produk layanan dari PT. Telekomunikasi Indonesia yang berupa paket layanan komunikasi dan data seperti telepon rumah, internet, dan layanan televisi. Pada tahun 2019 sampai dengan 2020 yang mengalami banyak keluhan dari para konsumen khususnya di indikator *service quality*.

Penelitian ini merupakan jenis penelitian deskriptif kuantitatif dengan menggunakan teknik *non-probability* jenis *purposive sampling* dengan total responden sebanyak 100 orang. teknik analisis data yang digunakan adalah teknik analisis deskriptif dan teknik analisis regresi linier berganda dengan bantuan program SPSS IBM versi 20.

Berdasarkan hasil analisis deskriptif, variabel independen yaitu *service quality* masuk kedalam kategori baik dengan nilai persentase sebesar 74,54%, variabel kualitas produk masuk kedalam kategori baik dengan nilai persentase sebesar 73,3%, dan variabel harga masuk kedalam kategori baik dengan nilai persentase sebesar 74,2%. sedangkan untuk variabel dependen yaitu kepuasan konsumen masuk kedalam kategori Baik dengan nilai persentase 71,23%. Secara simultan, variabel *service quality*, kualitas produk dan harga terhadap kepuasan konsumen berpengaruh secara signifikan dengan nilai koefisien determinasi sebesar 84%. Sedangkan sisanya 16% dipengaruhi oleh variabel-variabel yang tidak diteliti dalam penelitian ini.

Maka dapat disimpulkan bahwa dalam penelitian ini, pengaruh *service quality*, kualitas produk, harga terhadap kepuasan konsumen produk indihome sudah masuk kedalam kategori baik namun ada beberapa hal yang perlu diperbaiki seperti pelayanan yang baik terhadap konsumen, jaringan internet, sistem pasca bayar dan bagaimana perusahaan mempengaruhi konsumen untuk merekomendasi produknya kepada orang lain.

Kata Kunci: *Service Quality*, Kualitas Produk, Harga, Kepuasan Konsumen