

## ABSTRAK

Penelitian ini dilatarbelakangi oleh meningkatnya kebutuhan masyarakat terhadap internet, terjadi pergeseran pola konsumsi masyarakat dimana sebelumnya penggunaan internet lebih banyak untuk kebutuhan sekunder, kini berubah menjadi kebutuhan primer. Dengan melihat bahwa internet sudah menjadi sebuah kebutuhan, semua perusahaan penyedia jasa internet dipacu untuk memberikan pelayanan prima pada seluruh pelanggannya. Salah satu penyedia jasa internet adalah Telkom Indonesia dengan Indihome sebagai produknya. Penelitian ini bertujuan untuk meneliti pengaruh Kualitas Produk, Kualitas Layanan dan Citra Merek terhadap Loyalitas Pelanggan melalui Kepuasan Pelanggan Indihome di Bekasi.

Metode penelitian yang digunakan dalam penelitian ini adalah metode kuantitatif dengan pendekatan deskriptif kausal, dengan menggunakan teknik analisis *Structural Equation Modelling* (SEM) menggunakan *software* SmartPLS 3.0. Adapun teknik penentuan sampel yang digunakan pada penelitian ini adalah metode *non probability sampling* dengan menggunakan pendekatan *purposive sampling* dengan total 400 responden.

Berdasarkan hasil pengujian hipotesis, Kualitas Produk berpengaruh positif dan signifikan terhadap Loyalitas Pelanggan, Kualitas Layanan berpengaruh positif dan signifikan terhadap Loyalitas Pelanggan, Citra Merek berpengaruh positif dan signifikan terhadap Loyalitas Pelanggan, dan Kepuasan Pelanggan berpengaruh positif dan signifikan terhadap Loyalitas Pelanggan. Berdasarkan hasil pengujian variabel intervening, Kualitas Produk berpengaruh positif dan signifikan terhadap Loyalitas Pelanggan melalui Kepuasan Pelanggan, Kualitas Layanan berpengaruh positif dan signifikan terhadap Loyalitas Pelanggan melalui Kepuasan Pelanggan, dan Citra Merek berpengaruh positif dan signifikan terhadap Loyalitas Pelanggan melalui Kepuasan Pelanggan.

**Kata kunci :** Kualitas Produk, Kualitas Layanan, Citra Merek, Kepuasan Pelanggan, Loyalitas Pelanggan