

## ABSTRAK

Indihome (Indonesia Digital Home) merupakan solusi layanan *digital home* berupa *internet on fiber* berkecepatan tinggi, TV interaktif, dan telepon rumah berupa layanan panggilan lokal atau interlokal. Indihome selalu menjaga kualitas produk dan jasa dengan memaksimalkan layanan yang ada. Komitmen terhadap peningkatan kepuasan pelanggan juga ditunjukkan dari beberapa hasil survei yang dilakukan oleh surveyor independen. Indeks kepuasan pelanggan (*CSI/ Customer Satisfaction Index*) pada segmen pelanggan terhadap produk dan layanan Indihome terus menunjukkan peningkatan dari tahun ke tahun guna meminimalisir adanya kendala dan keluhan dari pelanggan. Keluhan menunjukkan adanya ketidakpuasan terhadap jasa ataupun layanan yang telah diberikan. Keluhan menjadi salah satu hal yang dapat menjadi pemacu perusahaan untuk selalu melakukan perbaikan secara terus menerus. Dengan demikian penelitian ini dijalankan dengan maksud guna mengetahui hasil dari pengaruh *affective effort* terhadap *customer loyalty* melalui *satisfaction with complaint* pelanggan Indihome Kandatel Metro. Penelitian ini memakai metode kuantitatif dengan tujuan penelitian deskriptif/kausal. Berdasarkan hasil penelitian didapati kesimpulan bahwa variabel *Affective Effort* (X) berpengaruh secara signifikan terhadap *Customer Loyalty* (Y) melalui *Satisfaction with Complaint* (Z) pada pelanggan *Indihome Kandatel Metro*.

Kata kunci : *Affective Effort, Satisfaction with Complaint, Customer Loyalty*