

ABSTRAK

Dalam perusahaan jasa umumnya menggunakan kualitas pelayanan sebagai tolak ukur sebagai bahan evaluasi kedepannya. Salah satu cara untuk mengukur kepuasan pelanggan yaitu menggunakan analisis sentimen untuk mengklasifikasikan opini pelanggan terhadap kualitas pelayanan ke dalam kelas sangat puas, puas, cukup puas, tidak puas dan sangat tidak puas. Sehingga diperoleh seberapa besar pelanggan yang merasa puas maupun tidak puas terhadap layanan Indihome berdasarkan opini sangat puas, puas, cukup puas, tidak puas, dan sangat tidak puas.

Tujuan dari penelitian ini adalah untuk menguji kualitas pelayanan yang menggunakan dimensi *tangible*, *reliability*, *responsiveness*, *assurance*, dan *empathy*. Apakah pelanggan Indihome sudah merasa puas atau tidak dengan pelayanan yang telah diberikan. Indihome merupakan produk dari salah satu perusahaan jasa telekomunikasi yaitu PT. Telekomunikasi Indonesia (Telkom). Dengan banyaknya kompetitor perusahaan Telkom terus berupaya untuk meningkatkan kualitas pelayanan dan memenuhi kepuasan pelanggan.

Metode yang digunakan dalam penelitian ini adalah deskriptif kuantitatif, Teknik pengumpulan data dengan cara menyebarkan kuesioner kepada 100 responden. Analisis pembahasan yang digunakan yaitu dengan menggunakan metode *Importance Performance Analysis*. Hasil penelitian ini adalah kualitas pelayanan IndiHome, diperoleh bahwa tingkat Harapan sebesar 80,53% yang artinya “Tinggi” dan tingkat kenyataan sebesar 78,71% yang artinya Tinggi. Berdasarkan hasil perhitungan skor kualitas pelayanan yang meliputi dimensi *tangible*, *reliability*, *responsiveness*, *assurance*, dan *empathy* pada penelitian ini dapat diketahui beberapa item terbaik yaitu yang terdapat pada kuadran B dan dengan analisis *importance performance analysis* masih terdapat beberapa item yang harus diperbaiki serta dipertahankan kualitas pelayanan

Kata Kunci: Kualitas Pelayanan, Indihome Kota Bandung, IPA