

ABSTRAK

Pada era digital yang berkembang semakin pesat ini teknologi mengambil peranan penting dalam kehidupan sehari-hari sehingga kegiatan masyarakat tidak luput dari konsumsi internet. Tingginya konsumsi internet di Indonesia terlebih di Jawa Barat khususnya di Bandung dipandang sebagai peluang bisnis yang menguntungkan bagi para perusahaan bidang telekomunikasi. Peluang bisnis tersebut biasanya dimanfaatkan oleh perusahaan telekomunikasi namun baru-baru ini PT. PLN (Persero) yang sukses dengan bisnis listrik kini membentuk anak perusahaan khusus bergerak dibidang telekomunikasi dengan menggandeng PT. ICON+ (Indonesia Comnets Plus) sebagai anak perusahaan dengan produk berupa internet boardband yang dikenal dengan Iconnet. Iconnet dikenal sebagai perusahaan penyedia internet dengan biaya termurah sehingga banyak masyarakat mempertanyakan bagaimana kualitas dari produk yang ditawarkan. Tujuan dari penelitian ini untuk mengetahui pengaruh kualitas produk dan kualitas pelayanan terhadap kepuasan pelanggan baik secara parsial maupun simultan pada Iconnet di Bandung. Populasi dalam penelitian ini ialah pelanggan Iconnet yang berada di Bandung yang berjumlah 6.183 pelanggan sehingga sampel pada penelitian ini sebanyak 100 orang dengan. Penelitian ini menggunakan metode kuantitatif telah melalui serangkaian pengujian seperti uji validitas, reabilitas, regresi linear berganda, uji asumsi klasik, uji hipotesis yang terbagi menjadi uji t, uji f, dan koefisien determinasi (R^2) dan menunjukkan adanya pengaruh positif dan signifikan baik secara parsial maupun simultan terhadap ketiga variabel tersebut. Dengan hasil $Y = 4,716 + 0,622 (X_1) + 0,634 (X_2)$. Hasil pada uji koefisien determinasi (R^2) menunjukkan bahwa kualitas produk dan kualitas pelayanan mempengaruhi kepuasan pelanggan sebesar 79,9% sedangkan 20,1% lainnya dipengaruhi faktor lain.

Kata kunci: Kualitas produk, Kualitas pelayanan, kepuasan pelanggan, PLN, Iconnet.