

## ABSTRAK

Internet sudah menjadi kebutuhan primer pada saat ini. Banyak hal yang dilakukan oleh manusia membutuhkan akses internet, sehingga menjadikan internet hal yang tidak terpisahkan dari kehidupan manusia. Setiap tahunnya pengguna Internet di Indonesia selalu mengalami peningkatan. Meningkatnya pengguna internet menjadi peluang bisnis yang menjanjikan bagi penyedia layanan internet di Indonesia, khususnya penyedia layanan internet *fiber*.

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui bagaimana pengaruh kualitas pelayanan dengan dimensi *Reliability*, *Responsiveness*, *Assurance*, *Empathy*, dan *Tangible* yang akan mempengaruhi loyalitas pelanggan Indihome di Bandung.

Metode yang digunakan dalam penelitian ini adalah metode kuantitatif dengan tujuan konklusif, pendekatan deduktif, dan tipe penyelidikan kausal. Analisis data dilakukan dengan menggunakan analisis deskriptif dan metode SEM (*Structured Equation Modelling*) dengan bantuan aplikasi *SmartPLS* untuk menguji data dari 322 responden yang didapat. Data didapat dengan menyebarkan kuesioner melalui media sosial kepada pengguna Indihome di Bandung.

Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa *Reliability*, *Empathy*, dan *Tangible* berpengaruh positif dan signifikan terhadap loyalitas pelanggan, sedangkan *Responsiveness* dan *Assurance* berpengaruh negatif dan tidak signifikan.

Hasil penelitian ini diharapkan dapat menjadi bahan evaluasi para penyedia layanan internet rumah di luar sana agar meningkatkan kualitas pelayanan yang diberikan, khususnya meningkatkan perhatian kepada pelanggan dan memberikan solusi yang meyakinkan atas keluhan pelanggan sehingga pelanggan dapat yakin atas solusi tersebut.

**Kata Kunci:** *reliability*, *responsiveness*, *assurance*, *empathy*, *tangible*, loyalitas pelanggan, SEM.