

ABSTRAK

Banyaknya penyedia layanan internet di Indonesia yang disebabkan oleh banyaknya pengguna layanan internet membuat terjadinya persaingan yang semakin ketat dalam jenis bisnis ini. Berbagai ISP (*Internet Service Provider*) di Indonesia termasuk Indihome, memiliki caranya sendiri dalam menghadapi persaingan sehingga selalu dapat menjadi pilihan konsumen dan menimbulkan rasa puas bagi pelanggan yang menggunakannya. Kepuasan pelanggan dapat dipengaruhi oleh beberapa variabel contohnya *brand image* dan kualitas layanan. Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui pengaruh *brand image* terhadap kepuasan pelanggan dengan kualitas layanan sebagai variabel *intervening* pada Indihome di Kota Medan.

Penelitian ini menggunakan metode kuantitatif dengan jenis penelitian deskriptif. Pengambilan sampel dilakukan dengan metode *purposive sampling*, dengan jumlah responden sebanyak 400 responden. Penyebaran kuesioner kepada para pelanggan Indihome di Kota Medan dilakukan untuk pengumpulan data pada penelitian ini. Metode analisis yang digunakan adalah analisis deskriptif dan kausal menggunakan SEM-PLS dengan *software* SmartPLS yang digunakan untuk pengolahan data.

Penelitian ini menunjukkan hasil bahwa *brand image* berpengaruh positif dan signifikan terhadap kualitas layanan, *brand image* berpengaruh positif dan signifikan terhadap variabel kepuasan pelanggan, kualitas layanan berpengaruh positif dan signifikan terhadap variabel kepuasan pelanggan, dan *brand image* berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan pelanggan dengan kualitas layanan sebagai variabel *intervening*.

Kata kunci : *Brand Image*, Kepuasan Pelanggan, dan Kualitas Layanan