

## ABSTRAK

Perkembangan teknologi di Indonesia ditandai dengan meningkatnya pengguna internet dari berbagai kalangan usia. Hal tersebut membuka peluang bagi para pelaku *fixed broadband* yang ada di Indonesia dalam memasarkan produk berupa *internet service provider* mereka ke pelanggan. Namun, meningkatnya pengguna internet di Indonesia tidak sebanding dengan pertumbuhan pelanggan pada Indihome di PT. Telkom Indonesia. Ketatnya persaingan yang ada turut mempengaruhi *revenue share* di PT. Telkom Indonesia yang terus mengalami penurunan. Permasalahan serupa juga dialami pada PT. Telkom Witel Bekasi yakni menurunnya penjualan Indihome dari tahun 2018 sampai 2022 sehingga memerlukan evaluasi mendalam untuk mengatasi permasalahan tersebut. Penelitian ini dilakukan untuk mengidentifikasi atribut yang perlu ditingkatkan melalui integrasi *ISP-Servqual* dan model Kano. Pada penelitian ini menggunakan dimensi *network quality, customer service & technical support, information quality & website support*, dan *security & privacy*. Atribut-atribut yang telah melewati pengintegrasian *ISP-Servqual* dan model Kano menghasilkan 3 atribut kuat yang dipertahankan, 1 atribut lemah yang diabaikan, dan 13 atribut lemah yang masuk ke dalam *true customer needs* memerlukan peningkatan dan diberi rekomendasi.

**Kata Kunci:** Indihome, Kualitas Layanan, *ISP-Servqual*, Model Kano, *Fixed Broadband*