

INTISARI

Dewasa ini internet telah menjadi kebutuhan pokok manusia. Pengguna internet di Indonesia tumbuh secara pesat. Pesatnya pertumbuhan tersebut menyebabkan persaingan dalam industri penyedia layanan internet *fixed broadband* menjadi sangat ketat. Indihome sebagai pemimpin pasar terus mengalami perlambatan pertumbuhan pengguna layanannya. Selain itu, indihome dibanjiri keluhan oleh pelanggannya atas kebijakan dan layanan yang diberikan.

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui persepsi pelanggan indihome tentang kualitas layanan pada produk layanan indihome. Selain itu, penelitian ini bertujuan untuk mengetahui kepuasan pelanggan indihome. Jenis Penelitian yang digunakan adalah penelitian deskriptif dengan pendekatan kualitatif. Sampel sebanyak 6 responden yang merupakan Pelanggan Witel Yogyakarta dipilih dengan menggunakan teknik *purposive sampling*. Analisis data yang digunakan adalah analisis interaktif serta teknik pemeriksaan dan keabsahan data yang digunakan adalah triangulasi.

Hasil penelitian menunjukkan bahwa, keseluruhan kualitas layanan indihome tidak mampu memenuhi keinginan pelanggan. Terdapat jarak yang memisahkan antara ekspektasi pelanggan dengan realita layanan. Pelanggan indihome merasa tidak puas dan menilai keseluruhan layanan indihome sangat buruk. Kendati demikian, pelanggan enggan meninggalkan indihome lantaran faktor harga dan citra merek. Layanan indihome dinilai sebagai layanan *fixed broadband* terbaik di antara merek-merek lain serta harganya merupakan yang termurah di pasaran. Dengan kata lain indihome merupakan yang terbaik di antara yang terburuk.

Kata Kunci: Kualitas Produk, Kualitas Layanan, Kepuasan Pelanggan, Harga, Citra merek, Indihome

ABSTRACT

Today the internet has become a basic human need. Internet users in Indonesia are growing rapidly. The rapid growth caused competition in the fixed broadband internet service industry to become very tight. Indihome as a market leader continues to experience slowdown in the growth of its service users. In addition, indihome is flooded with complaints by customers over the policies and services provided.

This study aims to determine the perception of indihome customers about service quality on indihome service products. In addition, this study aims to determine indihome customer satisfaction. This type of research is a descriptive study with a qualitative approach. A sample of 6 respondents who were Yogyakarta Witel Customers were selected using a purposive sampling technique. Analysis of the data used is interactive analysis as well as checking techniques and the validity of the data used is triangulation.

The results showed that, overall indihome service quality is not able to meet customer desires. There is a distance that separates customer expectations from service reality. Indihome customers are dissatisfied and rate overall indihome service very poorly. Nevertheless, customers are reluctant to leave indihome because of price and brand image factors. Indihome service is rated as the best fixed broadband service among other brands and the price is the cheapest on the market. In other words indihome is the best among the worst.

Keywords: Product Quality, Service Quality, Customer Satisfaction, Price, Brand Image, Indihome