

ABSTRAK

Pada era modern seperti sekarang, setiap orang yang beraktivitas membutuhkan koneksi jaringan internet. Terutama pada masa pandemi seperti yang sedang terjadi di seluruh dunia dimulai dari awal tahun 2020, yang memaksa orang-orang untuk beraktivitas secara online. Maka dari itu, sangat dibutuhkan koneksi jaringan internet sehingga akan memudahkan setiap kegiatan. Hal ini menyebabkan banyak rumah tangga yang membutuhkan koneksi internet yang terpasang di rumah, dan IndiHome sebagai salah satu *internet service provider* hadir untuk membantu. IndiHome adalah sebuah *internet service provider* atau penyedia layanan internet yang berbasis di Indonesia. Sebagai sebuah *internet service provider*, tentunya IndiHome tentu memiliki banyak kompetitor. Maka dari itu IndiHome perlu memikirkan lebih lagi faktor apa saja yang menjadi kekuatan dan kelemahan dari IndiHome, agar bisa segera memperbaikinya dan terus berkembang untuk melawan kompetitor yang ada.

Penelitian kali ini bertujuan untuk menganalisa pengaruh dari variabel *internet service, prices, employees, physical evidence* terhadap *customer loyalty* melalui *customer satisfaction* pada pelanggan IndiHome yang berdomisili di Surabaya. Sampel yang digunakan pada penelitian ini adalah pria atau wanita yang berdomisili di Surabaya yang menggunakan layanan internet dari IndiHome atas inisiatif sendiri dalam 2 bulan terakhir, serta pernah mengunjungi kantor cabang dari IndiHome, berusia 19 hingga 60 tahun, sejumlah 160 responden. Untuk pengolahan data dan analisa dalam penelitian ini menggunakan software dari Amos versi 22.0.

Hasil pada penelitian ini menunjukkan bahwa variabel *internet service* memiliki pengaruh signifikan terhadap *customer satisfaction* dengan koefisien regresi sebesar 0,148, variabel *prices* berpengaruh signifikan terhadap *customer satisfaction* dengan koefisien regresi sebesar 0,187, variabel *employees* berpengaruh signifikan terhadap *customer satisfaction* dengan koefisien regresi sebesar 0,350, variabel *physical evidence* berpengaruh signifikan terhadap *customer satisfaction* dengan koefisien regresi sebesar 0,180, dan variabel *customer satisfaction* berpengaruh signifikan terhadap *customer loyalty* dengan koefisien regresi sebesar 0,363.

Kata Kunci: *Internet Service, Prices, Employees, Physical Evidence, Customer Satisfaction, Customer Loyalty, IndiHome*