

ABSTRAK

Ketatnya persaingan pada bisnis TV berlangganan membuat pengelola TV berlangganan perlu menjaga dan meningkatkan kepuasan pelanggan masing – masing, dengan demikian maka perusahaan perlu mengetahui apakah pelanggan puas atau tidak terhadap layanan yang diberikan, jika puas maka perlu dipertahankan, jika tidak puas maka perlu ditingkatkan, salah satu cara untuk meningkatkan kepuasan pelanggan adalah meningkatkan kualitas layanan yang dimiliki agar dapat memenuhi ekspektasi pelanggan. Melalui rumahpengaduan.com, diketahui bahwa Indovision mendapatkan jumlah keluhan paling banyak dibandingkan merk – merk TV berlangganan lainnya, kemudian peneliti melakukan *pilot study* dengan hasil 13 dari 20 pelanggan tidak puas dengan layanan Indovision, berdasarkan latar belakang tersebut maka penelitian ini dilakukan.

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui pengaruh Kualitas Layanan terhadap Kepuasan Pelanggan, Indovision Area Bandung. Analisa berfokus pada dimensi kualitas layanan sebagai variabel independen yaitu: *Tangible*, *Empathy*, *Reliability*, *Responsiveness* dan *Assurance*, lalu Kepuasan Pelanggan sebagai variabel dependen. Teknik analisis yang digunakan adalah Analisa Jalur. Total responden dalam penelitian ini adalah 100 responden.

Hasil dari penelitian ini adalah Kualitas Layanan Indovision berpengaruh terhadap Kepuasan Pelanggan secara simultan, dan hanya *Tangible*, *Reliability* dan *Assurance* berpengaruh terhadap Kepuasan Pelanggan secara parsial. Indovision dapat meningkatkan kepuasan pelanggan dengan cara menjaga reputasi brand, menjaga kompetensi pegawai, memastikan kelengkapan fasilitas fisik dan pegawai saat bertugas, kejelasan informasi yang ditawarkan, keakuratan administrasi dan menjaga agar layanan yang didapat sesuai dengan yang dijanjikan.

Kata Kunci: Kualitas Layanan; Kepuasan Pelanggan; Indovision; Analisa Jalur