

## ABSTRACT

This study aims to examine the factors that influence the level of customer loyalty Indihome Fiber internet in Semarang. The population in this study are customers who've subscribed to or are subscribed to Telkom Indihome Fiber internet service, and a minimum of once a subscription for six months. The samples in this study are not random (non-probability) with purposive sampling method. With multiple linear regression analysis is used to determine the effect of variable customer expectations, product quality, customer satisfaction is hypothesized effect on customer loyalty.

The results of multiple linear regression analysis diperoleh that the dominant factor that affect the customer loyalty is the variable quality of the product, followed by a variable customer expectations, and the least effect on customer loyalty is customer satisfaction variables. The variables in this study are quite good in explaining customer loyalty.

Suggestion from author for the company to create products that are superior in quality, and always maintain the quality of the product to constantly innovate on products tailored to the desires of customers to the product. In addition the company to always pay attention to the complaints of customers by minimizing customer complaints.

Keywords: customer expectations, product quality, customer satisfaction, customer loyalty

## ABSTRAK

Penelitian ini bertujuan untuk meneliti faktor-faktor apa saja yang mempengaruhi tingkat loyalitas pelanggan internet *Indihome Fiber* di Semarang. Populasi pada penelitian ini adalah pelanggan yang pernah berlangganan atau sedang berlangganan layanan internet Telkom *Indihome Fiber*, dan minimal pernah berlangganan selama enam bulan. Penentuan sampel dalam penelitian ini bersifat tidak acak (*non probability*) dengan metode *purposive sampling*. Analisis dengan regresi linier berganda digunakan untuk mengetahui pengaruh variabel harapan pelanggan, kualitas produk, kepuasan pelanggan yang dihipotesiskan berpengaruh terhadap loyalitas pelanggan.

Hasil analisis regresi linier berganda diperoleh bahwa faktor yang dominan berpengaruh terhadap loyalitas pelanggan adalah variabel kualitas produk, diikuti oleh variabel harapan pelanggan, dan yang paling kecil berpengaruh terhadap loyalitas pelanggan adalah variabel kepuasan pelanggan. Variabel-variabel pada penelitian ini sudah cukup baik dalam menjelaskan loyalitas pelanggan.

Saran penulis terhadap perusahaan ialah agar perusahaan menciptakan produk yang unggul dalam kualitas, dan selalu mempertahankan kualitas produk yaitu dengan selalu berinovasi terhadap produk yang disesuaikan dengan keinginan pelanggan terhadap produk tersebut. Selain itu perusahaan agar selalu memperhatikan keluhan-keluhan pelanggan dengan cara meminimalkan keluhan pelanggan.

Kata kunci :harapan pelanggan, kualitas produk, kepuasan pelanggan, loyalitas pelanggan

