**ABSTRAK**

Dennis Lie / 26150361 / 2019 / Pengaruh Kualitas Layanan Dan Citra Merek melalui Kepuasa Konsumen terhadap Loyalitas Konsumen Indihome di Kelapa Gading. Pembimbing: Ir. Dergibson Siagian, M.M.

Kebutuhan terhadap teknologi informasi dan komunikasi di Indonesia sangat berkembang dengan pesat. Banyak perusahaan menawarkan berbagai macam bentuk pelayanan yang ditawarkan kepada masyarakat agar dapat menarik banyak pelanggan, salah satu perusahaan yang mengikuti perkembangan ini yaitu PT Telekomunikasi Indonesia, Tbk melalui produk andalannya yaitu Indihome. Banyaknya persaingan pasar yang sejenis membuat pihak Telkom harus memberikan kualitas yang terbaik serta citra yang baik di mata konsumen. Walaupun Indihome sudah dikenal semua masyarakat Indonesia dan memiliki banyak pelanggan, Indihome masih memiliki masalah dalam hal kualitas layanan serta persepsi pelanggan yang berakibat pada Kepuasan Konsumen dan Loyalitas pelanggan Indihome. Oleh karena itu, penulis tertarik untuk melakukan penelitian tentang Pengaruh Kualitas Layanan dan Citra Merek melalui Kepuasa Konsumen terhadap Loyalitas Konsumen Indihome di Kelapa Gading.

Teori yang digunakan untuk mendukung penelitian ini adalah definisi dari Kualitas Layanan, Citra Merek, Kepuasan Konsumen dan Loyalitas Konsumen. Kemudian didukung oleh teori mengenai hubungan antara Kualitas Layanan dengan Kepuasan Konsumen, Citra Merek dengan Kepuasan konsumen, Kualitas Layanan dengan Loyalitas Konsumen, Citra Merek dengan Loyalitas Konsumen, Kepuasan Konsumen dengan Loyalitas Konsumen

Objek penelitian ini adalah Indihome. Metode pengumpulan data dalam penelitian ini menggunakan metode komunikasi dan penarikan sampel menggunakan nonprobability sampling dengan teknik judgemental sampling. Oleh karena itu kuesioner online disebar melalui media Google Docs sebanyak 150 responden yang menggunakan layanan Indihome. Prosedur yang digunakan untuk pengujian model dan pengolahan data adalah model persamaan struktural (Structural Equation Modelling) dengan menggunakan WarpPLS 6.0 dan SPSS 24.0 untuk mengitung skor rata-rata dari 150 responden untuk setiap variabel.

Hasil penelitian menunjukan bahwa Kualitas Layanan berpengaruh positif dan signifikan terhadap Kepuasan Konsumen. Citra Merek berpengaruh positif dan signifikan terhadap Kepuasan Konsumen. Kualitas Layanan berpengaruh positif dan signifikan terhadap Loyalitas Konsumen baik secara langsung maupun tidak langsung. Citra Merek berpengaruh positif dan signifikan terhadap Loyalitas Konsumen secara langsung, namun secara tidak langsung Citra Merek tidak berpengaruh terhadap Loyalitas Konsumen. Kepuasan Konsumen berpengaruh positif dan signifikan terhadap Loyalitas Konsumen.

Kesimpulan dari penelitian ini adalah 5 dari 5 hipotesis yang ada telah diteliti terbukti memiliki pengaruh yang positif dan signifikan.