

## **ABSTRAK**

### **PENGARUH KINERJA JARINGAN, NILAI YANG DIPERSEPSIKAN DAN CITRA MEREK TERHADAP KEPUASAN KONSUMEN STUDI PADA PELANGGAN INDIHOME DI KOTA BANDAR LAMPUNG**

**Oleh  
Rizki Subagia**

Seiring dengan perkembangan jaman, penggunaan internet kini semakin meningkat. Di era digital saat ini membuat segala sesuatu menjadi serba internet / *Internet Of Things*. Aktivitas manusia dalam bergerak, berpindah dan berkomunikasi kini berubah sejak adanya internet khususnya sejak pandemi Covid-19 yang memaksa manusia untuk melakukan kegiatannya dari rumah seperti bekerja, belajar dan berbelanja membuat kebutuhan akan penyedia layanan internet tetap menjadi meningkat.

Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis pengaruh Kinerja Jaringan, Nilai yang dipersepsikan, dan Citra Merek terhadap Kepuasan Pelanggan pada pelanggan Indihome sebagai salah satu penyedia layanan internet tetap di kota Bandar Lampung. Penelitian ini menggunakan metode *non-probability sampling* dengan teknik *purposive sampling* dengan sampel yang digunakan sejumlah 100 responden. Penelitian ini menggunakan analisis linier berganda.

Hasil penelitian ini membuktikan bahwa Kinerja Jaringan, Nilai yang dipersepsikan dan Citra Merek berpengaruh secara positif dan signifikan terhadap Kepuasan Pelanggan.

**Kata Kunci** : Kinerja jaringan, Nilai yang dipersepsikan, Citra Merek dan Kepuasan pelanggan

## **ABSTRACT**

### **EFFECT OF NETWORK PERFORMANCE, PERCEIVED VALUE AND BRAND IMAGE TOWARD CUSTOMER SATISFACTION ON THE INDIHOME USERS IN BANDAR LAMPUNG**

**By**

**Rizki Subagia**

The development of an era influences the increase of the use of the internet. In today's digital era, everything depends on the internet / Internet Of Things. Human activity, movement, and communication have been changed since the existence of the internet. Especially since the Covid-19 pandemic, which forces people to carry out their activities from home such as working, studying, and shopping, make internet service providers continually increased.

This study aimed to analyze the effect of Network Performance, Perceived Value, and Brand Image on Customer Satisfaction at Indihome customers as one of the constant internet service providers in the city of Bandar Lampung. This study was using a non-probability sampling method with a purposive sampling technique

and the sample used was 100 respondents. This study used multiple linear analyses.

The result of this study proves that Network Performance, Perceived Value, and Brand Image have a positive and significant effect on Customer Satisfaction.

**Keywords :** Network Performance, Perceived Value, Brand Image and Customer Satisfaction