

ABSTRAK

Umumnya dalam industri telekomunikasi khususnya pada layanan internet persaingan provider sangat kompetitif, Indihome merupakan salah satu provider internet di Kota Makassar. Salah satu kunci mempertahankan dan meningkatkan keunggulan adalah kepuasan pelanggan. Pelanggan yang puas akan tetap menggunakan layanan dan juga memungkinkan merekomendasikannya kepada orang lain melalui media online (*Electronic Word of Mouth*). Beberapa teori yang digunakan sebagai alat bantu dalam penelitian ini adalah Teori Stimulus-Organism-Responses, teori ini memberikan kerangka kerja yang efektif untuk memahami hubungan antara mutu pelayanan, kepuasan pelanggan, dan E-WoM pada pelanggan Indihome di Kota Makassar. Kemudian diperjelas dengan konsep mutu pelayanan dan kepuasan pelanggan serta E-WoM.

Penelitian ini menggunakan pendekatan kuantitatif dengan metode survey, teknik pengumpulan data yang digunakan yaitu melalui penyebaran kuesioner kepada 400 sampel dengan teknik sampling non probability sampling dengan pendekatan asosiatif kausal.

Teknik analisa data dalam penelitian ini menggunakan uji korelasi pearson product moment, terlebih dahulu data ditingkatkan ke data interval menggunakan MSI. Kemudian mengolah data menggunakan IBM SPSS Statistic 25. Hasil penelitian ini menunjukkan Terdapat hubungan mutu pelayanan dan *E-WoM* dengan nilai korelasi positif 0,825. Terdapat hubungan Kepuasan Pelanggan dengan *E-WoM* dengan nilai korelasi positif 0,854. Terdapat hubungan Mutu Pelayanan dengan Kepuasan Pelanggan dengan nilai korelasi positif 0,817. Dapat disimpulkan bahwa terdapat hubungan antara mutu layanan dan kepuasan pelanggan dengan *E-WoM* pada pelanggan indihome di kota makassar.

Kata Kunci: S-O-R, Mutu Pelayanan, Kepuasan Pelanggan, E-WoM

ABSTRACT

In the fiercely competitive telecommunications industry, particularly within internet services, maintaining a competitive edge is crucial. Indihome, a prominent internet service provider in Makassar City, recognizes that customer satisfaction is pivotal to retaining and improving competitiveness. Satisfied customers are not only likely to continue using the service but may also advocate for it through Electronic Word of Mouth (E-WoM) on online platforms.

This research employs the Stimulus-Organism-Responses (S-O-R) Theory, offering a comprehensive framework to understand the interplay between service quality, customer satisfaction, and E-WoM among Indihome customers in Makassar. The study utilizes a quantitative approach, employing surveys distributed to 400 samples through non-probability sampling with an associative causal approach.

Data analysis involves the Pearson product-moment correlation test, transforming data into interval data using the MSI method and processing it with IBM SPSS Statistics 25. Results indicate a positive correlation (0.825) between service quality and E-WoM, (0.854) between customer satisfaction and E-WoM, and (0.817) between service quality and customer satisfaction. In conclusion, this research establishes a positive relationship between service quality and customer satisfaction, influencing E-WoM among Indihome customers in Makassar City.

Keywords: S-O-R, Service Quality, Customer Satisfaction, E-WoM.

MERCU BUANA