

## ABSTRAK

Dengan semakin meningkatnya sebuah teknologi informasi dimana salah satunya adalah internet. Oleh karena itu muncul persaingan dari perusahaan telekomunikasi penyedia layanan internet, sehingga penelitian ini memiliki tujuan untuk mengetahui Pengaruh Kualitas Pelayanan, Nilai Pelanggan, dan *Experiential Marketing* terhadap Kepuasan Pelanggan Indihome di Kota Semarang. Variabel yang digunakan dalam penelitian ini adalah Kualitas Pelayanan, Nilai Pelanggan, dan *Experiential Marketing* sebagai variabel Independen serta Kepuasan Pelanggan Sebagai variabel dependen.

Populasi yang digunakan dalam penelitian ini adalah pelanggan Indihome yang berdomisili di Kota Semarang. Jumlah sampel yang digunakan dalam penelitian sebanyak 100 responden. Metode pengambilan sampel dalam penelitian ini menggunakan metode *non-probability sampling* dengan teknik *purposive sampling*. Selain itu, metode pengumpulan data dilakukan menggunakan kuesioner yang kemudian dianalisis dengan *Statistical Package for Social Sciences* (SPSS).

Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa Kualitas Pelayanan, Nilai Pelanggan, dan *Experiential Marketing* memiliki pengaruh positif dan signifikan terhadap Kepuasan Pelanggan.

**Kata kunci** : Kualitas Pelayanan, Nilai Pelanggan, dan *Experiential Marketing*, Kepuasan Pelanggan