

ABSTRAK

Meningkatnya minat masyarakat pada penggunaan pelayanan jasa internet telah memacu bertambahnya jumlah perusahaan penyedia jasa internet. Hal ini membuat pelanggan semakin mudah untuk memilih perusahaan mana yang menyediakan kualitas pelayanan yang terbaik

Dalam penelitian ini difokuskan pada penilaian kualitas pelayanan jasa internet dalam persepsi pelanggan PT. Wijaya Lintas komindo. Penilaian kualitas pelayanan jasa menggunakan metode analisis conjoint dengan mengukur kombinasi korelasi antar dimensi pelayanan jasa. Dimensi yang diteliti adalah *tangible* dan *competence* serta *courtesy*. Atribut dari dimensi *tangible* adalah akses internet dan ruangan akses internet. Atribut dari *competence* dan *courtesy* adalah *self service*, *interpersonal service*, dan *full service*.

Dalam penelitian ini didapatkan hasil bahwa dimensi *competence* dan *courtesy* adalah dimensi yang paling penting dinilai oleh pelanggan PT. Wijaya Lintas Komindo dengan nilai yang dihasilkan adalah 0.5985. Sedangkan dimensi *tangible* merupakan pertimbangan selanjutnya dengan nilai yang dihasilkan adalah 0.4015.

Untuk dimensi *tangible*, atribut *full service* merupakan atribut yang paling dominan dengan nilai yang dihasilkan adalah 0.900, diikuti atribut *interpersonal service* dan *self service* masing-masing nilai yang dihasilkan adalah -0.375 dan -0.525.

Faktor yang perlu mendapat perhatian utama untuk menghasilkan jasa berkualitas adalah dengan cara mengelola bukti (*evidence*) kualitas jasa, mendidik pelanggan tentang jasa, menumbuhkan budaya kualitas, menindaklanjuti jasa, dan mengembangkan sistem informasi kualitas jasa.