

ABSTRAK

Beberapa kebutuhan yang berbeda antara B2B dan B2C baik dari segi hubungan dengan *customer*, kebutuhan ataupun interaksi yang harus menjadi diperhatikan oleh beberapa sistem pada inovasi sebuah layanan. Namun disini akan membahas tentang (B2B) dan beberapa faktor yang mempengaruhi keberhasilan hubungan bisnis-ke-bisnis (B2B) yaitu membantu manajemen mengembangkan strategi untuk meningkatkan layanan operasi perusahaan dengan pelanggan salah satunya yaitu dengan menjaga kestabilan jaringan disini PT. Telkom Indonesia telah memiliki wajah baru untuk dunia bisnis dengan hadirnya Indibiz yang merupakan jaringan koneksi internet bisnis yang stabil dengan menggunakan rasio kecepatan 1:1 serta tanpa batas FUP yang berguna untuk mendorong perkembangan bisnis menjadi lebih baik selain itu pengguna akan merasakan pelayanan yang intens 24/7 dan terhindar dari kegagalan jaringan dan juga Indibiz menjadi solusi digital yang hadir untuk membantu memaksimalkan bisnis pengguna. Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis pengaruh *fulfillment* pada pengguna indibiz terhadap kepuasan pelanggan dan niat penggunaan kembali layanan. Metode penelitian dengan menggunakan metode kuantitatif dengan teknik pengambilan sampling *non-probability sampling*. Penyebaran kuisioner dibuat secara *hybrid* (*online* dan *offline*) dengan mendatangi para pemilik usaha yang menjadi wilayah cakupan Witel SBS dan telah mewawancarai 104 responden dalam waktu dua bulan. Hasil dari penelitian membuktikan bahwa terdapat pengaruh antara variabel jaminan layanan, daya tanggap layanan, *fulfillment* terhadap kepuasan pelanggan dan niat penggunaan kembali layanan. Pada *grand mean* sebesar 4,59 jawaban responden paling besar berada pada variabel niat penggunaan kembali layanan.

Kata Kunci : Kepuasan pelanggan, *fulfillment*, niat menggunakan kembali layanan.