

ABSTRAKSI

TELKOMFlexi merupakan salah satu layanan jasa telekomunikasi suara dan data berbasis akses tanpa kabel dengan menggunakan teknologi Code Division Multiple Access (CDMA) 2000-1X. Tujuan dari penelitian yaitu mengetahui citra merek TELKOMFlexi serta merumuskan bauran pemasaran yang akan berguna dalam membangun citra merek tersebut.

Metode penelitian yang dilakukan adalah metode Cochran's dan metode deskriptif. Alat pengumpul data adalah kuesioner yang disebarakan kepada penduduk kota Jakarta. Alat ukur yang digunakan adalah distribusi frekwensi untuk menentukan proporsi profil responden dan media promosi. Penelitian dilakukan dengan mencari variabel-variabel yang merupakan citra merek untuk masing-masing produk *Fixed Wireless CDMA* yaitu : TELKOMFlexi, Esia, dan StarOne. Pencarian dilakukan dengan metode Cochran's. Metode Cochran's akan mengeliminasi variabel-variabel yang tidak dianggap pelanggan sebagai citra merek.

Hasil penelitian menghasilkan 5 variabel citra merek untuk TELKOMFlexi, yaitu : Jaringan, Fitur, Packet Data Network, Call Centre, dan Customer Service. Esia hanya menghasilkan variable tarif dan harga sebagai cita mereknya. Sedangkan StarOne menghasilkan 4 variabel citra merek yaitu : kualitas, Packet Data Network, Call Centre, dan Customer Service. Kemudian disusun bauran pemasaran untuk membangun brand image didasarkan pada 4P (*Product, Price, Place, Promotion*).

Dengan mengetahui variabel-variabel citra merek, masing-masing produk *Fixed Wireless CDMA* akan mengetahui keunggulan dan kelemahannya. Khusus untuk TELKOMFlexi, dengan adanya usulan bauran pemasaran untuk membangun citra merek yang kuat akan dapat memantapkan TELKOMFlexi sebagai *market leader* pada persaingan *Fixed Wireless CDMA*.