

ABSTRAK

Industri telekomunikasi yang ada di Indonesia mengalami perkembangan yang cukup pesat, sampai saat ini tercatat sekitar enam perusahaan telekomunikasi yang ada di Indonesia, hal ini menunjukkan bahwa persaingan industri telekomunikasi yang terjadi saat ini sangat kompetitif sehingga perlu adanya strategi khusus dalam mengelola sistem kinerja perusahaan agar lebih efisien dan efektif. Setiap perusahaan mempunyai tujuan mencari keuntungan semaksimal mungkin, keberhasilan suatu perusahaan dalam mencapai tujuan itu sangat dipengaruhi oleh kemampuan perusahaan dalam memasarkan produknya. Perusahaan dapat menjual produknya dengan harga yang menguntungkan pada tingkat kualitas yang diharapkan, akan mampu mengatasi tantangan dari para pesaing terutama dalam bidang pemasaran. Perusahaan menciptakan nilai bagi pelanggan dan membangun hubungan yang kuat dengan pelanggan untuk mendapatkan nilai dari pelanggan sebagai imbalannya. Perusahaan dalam industri telekomunikasi selalu berusaha menawarkan produk yang terus berkembang sesuai dengan teknologi terkini dengan ditunjang harga yang kompetitif agar tingkat kepuasan pelanggan terus meningkat. Produk merupakan faktor yang dapat mempengaruhi kepuasan pelanggan, jika konsumen merasa puas terhadap kualitas suatu produk maka konsumen akan melakukan pembelian ulang. Selain itu harga juga merupakan faktor yang dapat mempengaruhi kepuasan pelanggan karena untuk pelanggan yang sensitive harga yang murah adalah sumber kepuasan yang penting dikarenakan pelanggan akan mendapat value for money yang tinggi.