

**ABSTRAK**

**PENGARUH PEMASARAN RELASIONAL TERHADAP KEPUASAN  
KONSUMEN PEMAKAI KARTUSELULER INDOSAT DI BANDAR  
LAMPUNG**

**Oleh**

**Rieska Octaviani**

Munculnya beberapa operator seluler menimbulkan persaingan yang semakin ketat pada industri telekomunikasi seluler, produk telekomunikasi seluler semakin bertambah dan beraneka ragam. Oleh karena itu, masyarakat mempunyai banyak pilihan dan semakin selektif dalam memilih serta memutuskan pada operator seluler mana, pada produk apa yang akan digunakan. Melihat kondisi persaingan yang semakin ketat, maka operator seluler yang mempunyai kelebihan yang akan dipilih oleh masyarakat. Oleh karena itu operator seluler harus memperhatikan faktor-faktor yang dibutuhkan oleh masyarakat.

Perusahaan jasa harus memilih, membangun serta memelihara *relationship* sesuai dengan biaya dan pendapatan yang diperoleh sebagai akibat dari bentuk *relationship* yang dibuat dengan pelanggan. Sebagai konsekuensinya, penyedia jasa harus mengetahui pola dan perilaku membeli dari para pelanggannya.

## **Rieska Octaviani**

Permasalahan yang dalam penulisan skripsi ini adalah: Apakah kepuasan konsumen pemakai kartu selular Indosat di Bandar Lampung dapat dipengaruhi dengan pendekatan pemasaran relasional. Hipotesis yang dirumuskan adalah: Pemasaran relasi (benefit, komunikasi dan kepercayaan pelanggan) berpengaruh signifikan terhadap kepuasan pelanggan.

Metode penelitian dilakukan dengan menggunakan sampel sebanyak 100 yang diambil secara purposive dengan metode pengumpulan data melalui angket, yang kemudian dianalisis dengan regresi berganda.

Hipotesis yang diajukan dalam penelitian ini dapat diterima. Hal ini berdasarkan nilai signifikansi benefit, komunikasi dan kepercayaan lebih kecil dari 0,05. Dengan demikian seluruh variabel bebas berpengaruh signifikan terhadap kepuasan pengguna kartu selular Indosat.

Koefisien regresi terbesar adalah variabel kepercayaan sebesar 0,575. Dikuti koefisien regresi variable benefit sebesar 0.417 dan variabel yang memiliki pengaruh terkecil terhadap kepuasan pelanggan adalah komunikasi hanya sebesar 0.306.