

ABSTRAK

ANALISIS PENGARUH CITRA MEREK, HARGA DAN KUALITAS PRODUK TERHADAP KEPUTUSAN BERLANGGANAN SPEEDY DI TELKOM LAMPUNG

Oleh

YUNIARTI

Saat ini, persaingan bisnis di industri *broadband* semakin kompetitif. Penyelenggara jaringan internet termasuk Telkom dengan produknya yang dikenal dengan nama Speedy, berusaha untuk merebut pangsa pasar yang ada serta berusaha untuk meningkatkan jumlah pelanggan sehingga mencapai dan bahkan melebihi target yang ditetapkan.

Tujuan penelitian ini adalah untuk mengetahui penilaian pelanggan terhadap citra merek, harga dan kualitas produk Speedy, serta untuk mengetahui pengaruh citra merek, harga dan kualitas produk terhadap keputusan berlangganan Speedy. Teknik pengambilan sampel yang digunakan adalah *purposive sampling* dengan jumlah responden sebanyak 100 pelanggan Speedy. Sedangkan metode analisis yang digunakan adalah metode deskriptif, regresi linier, uji F dan uji t.

Hasil penelitian menunjukkan bahwa rata-rata pelanggan di Bandar Lampung menilai bahwa citra merek, harga dan kualitas produk Speedy sudah baik. Selain itu, dari penelitian ini juga ditemukan bahwa variabel citra merek, kualitas produk, dan harga secara bersama-sama mempunyai pengaruh yang signifikan terhadap keputusan berlangganan Speedy. Variabel citra merek dan kualitas produk secara parsial berpengaruh positif dan signifikan namun variabel harga mempunyai pengaruh negatif dan signifikan serta kualitas produk merupakan variabel yang mempunyai pengaruh paling tinggi terhadap keputusan berlangganan Speedy.

Keywords : Citra Merek, Harga, Kualitas Produk, Keputusan Berlangganan, Speedy