

ABSTRAK

Perkembangan bisnis saat ini berjalan dengan pesat, menciptakan persaingan yang cukup ketat. Para perusahaan berlomba-lomba dalam mencapai tujuan mereka, yaitu dalam meningkatkan volume penjualan, mempertinggi daya saing dan meminimalkan biaya produksi untuk mencapai laba maksimal. Syarat yang harus dipenuhi oleh suatu perusahaan agar sukses dalam persaingan adalah menciptakan sebuah produk sebaiknya disesuaikan dengan kebutuhan dan keinginan konsumen dengan harga yang pantas. Dengan begitu maka produk tersebut akan mampu bersaing dengan produk-produk di pasaran. Volume penjualan PT Telkom tiap bulannya mengalami pasang surut di awal tahun 2017, diduga akibat pengaruh dari faktor-faktornya terdiri dari kualitas produk dan harga yang ditawarkan kepada tiap konsumen, oleh karena itu, penulis bermaksud untuk meneliti pengaruh kualitas produk dan harga terhadap volume penjualan Usee TV Merek Indihome pada STO Telkom Tegalega Bandung.

Berdasarkan permasalahan tersebut, maka penelitian ini mengangkat judul “ Pengaruh Kualitas Produk, dan Harga Terhadap Volume Penjualan Usee TV(TV Kabel Berlangganan)Merek Indihome STO Telkom Tegalega Bandung Tahun 2017”. Objek dari penelitian ini adalah konsumen pengguna Usee TV merek Indihome wilayah HS3 (Rajawali, Kopo, Tegalega) dan sekitarnya. Variabel independen dalam penelitian ini adalah kualitas produk dan harga, sedangkan variabel dependennya adalah volume penjualan. Metode penelitian yang digunakan adalah deskriptif dan kuantitatif dengan menggunakan teknik pengambilan sampel *sampling Purposive* (teknik penentuan sampel dengan pertimbangan tertentu). Selain itu metode pengumpulan data dalam penelitian ini adalah dengan study pustaka dan penelitian lapangan. Serta dalam penelitian ini bersumber dari data primer dan sekunder, dengan teknik analisis data menggunakan deskriptif dan kausal.

Kata Kunci : Kualitas Produk, Harga, dan Volume Penjualan.