

ABSTRAK

Perkembangan dunia telekomunikasi saat ini semakin meningkat sesuai dengan kebutuhan masyarakat pada bidang telekomunikasi khususnya Indihome yang berbasis layanan digital berupa fiber internet di rumah, Untuk mendapatkan peningkatan pelanggan Indihome maka dilakukan beberapa bauran promosi yang meningkatkan loyalitas pelanggan baik pelanggan baru maupun memberikan layanan konsumen pada produk Indihome melalui bauran promosi. Jika konsumen memperoleh kepuasan maka konsumen akan tetap loyal terhadap produk tersebut.

Rumusan masalah permasalahan dari penelitian ini adalah adakah pengaruh bauran promosi terhadap produk Indihome, adakah pengaruh bauran promosi yang dilakukan oleh PT. Telkom Witel Solo. Jika ada seberapa besar pengaruh bauran promosi terhadap loyalitas pelanggan di PT. Telkom Witel Solo, jika ada seberapa besar pengaruhnya. Tujuan penelitian ini adalah untuk mengetahui seberapa besar pengaruh bauran promosi terhadap loyalitas pelanggan.

Jenis penelitian ini menggunakan jenis penelitian deskriptif dengan metode kuantitatif. Populasi dari penelitian ini adalah pelanggan atau masyarakat yang ada di Solo dengan sampel yang diambil 100 responden. Teknik pengumpulan data penelitian ini menggunakan kuesioner atau angket untuk pengolahan data menggunakan spss 22 dengan mengukur uji validitas, reliabilitas, regresi linier sederhana.

Tanggapan responden mengenai loyalitas pelanggan pada produk Indihome PT. Telkom Witel Solo memperoleh skor sebesar 74.83% yang termasuk ke dalam kriteria baik karena berada pada rentang 62,5% -81,25%. Dapat disimpulkan bahwa konsumen memiliki loyalitas pelanggan yang relatif tinggi pada produk Indihome. Dari hasil pengujian yang telah disajikan pada bab sebelumnya, dapat disimpulkan bahwa H_0 ditolak dan H_1 diterima ($\text{sig. } 0,000 < \alpha = 0,05$) yang berarti variabel Bauran Promosi berpengaruh secara signifikan terhadap variabel Loyalitas Pelanggan Indihome yaitu sebesar 48,5%. Sedangkan 51,5% (100% - 48,5%) dipengaruhi oleh faktor-faktor lain yang tidak diteliti dalam penelitian ini.

Kata Kunci : Bauran Promosi, Loyalitas Pelanggan