

ABSTRAK

PT Telekomunikasi Indonesia (PT TELKOM) merupakan perusahaan informasi dan komunikasi serta penyedia jasa dan jaringan telekomunikasi secara lengkap yang terbesar di Indonesia. Salah satu produk dari PT TELKOM adalah *Flexi Trendy*. Persaingan dalam bisnis telekomunikasi yang semakin ketat mendorong perusahaan untuk lebih meningkatkan kualitasnya. Tingkat kualitas yang diberikan perusahaan akan berpengaruh pada kepuasan yang dirasakan pelanggan. Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui kualitas produk dan pengaruhnya terhadap kepuasan pelanggan kartu *Flexi Trendy* di Kota Cirebon.

Metode penelitian yang digunakan adalah metode penelitian deskriptif dengan tujuan menggambarkan aspek-aspek yang relevan dengan fenomena perhatian. Serta studi kausalitas yang menunjukkan hubungan yang bersifat sebab akibat. Teknik sampling yang digunakan adalah metode *Convenience Sampling*, yaitu pengambilan sampel populasi dengan memilih sampel dari anggota populasi yang bersedia menjadi responden. Populasi dalam penelitian ini adalah seluruh pengguna kartu *Flexi Trendy* di Kota Cirebon yang berjumlah 50.001 orang. Sedangkan jumlah sampel yang diambil adalah sebesar 100 orang. Untuk mengetahui pengaruh kualitas produk terhadap kepuasan pelanggan kartu *Flexi Trendy* digunakan analisis regresi linier.

Dari hasil penelitian, kualitas produk memiliki nilai persentase rata-rata sebesar 72,41%, sehingga dapat disimpulkan kualitas produk kartu *Flexi Trendy* baik. Sedangkan kepuasan pelanggan sebesar 74,75%, sehingga dapat disimpulkan bahwa pelanggan puas terhadap kartu *Flexi Trendy*. Hasil penelitian dengan rumus regresi : $Y = 0,304 + 1,083 X$, menunjukkan bahwa setiap kenaikan kualitas produk sebesar 1 % akan meningkatkan kepuasan pelanggan sebesar 108,3%. Tanpa adanya kualitas produk, maka kepuasan pelanggan adalah sebesar 30,4%.

Sebagai suatu masukan pemikiran yang dapat digunakan PT TELKOM dalam rangka meningkatkan kepuasan pelanggan yaitu mengoptimalkan kekuatan jaringan sehingga dapat mengurangi tingkat gangguan (*drop call*) pada kartu *Flexi Trendy*. Selanjutnya, menerapkan strategi harga yang lebih bersaing, agar tarif SMS dan

tarif telepon kartu Flexi *Trendy* ke operator lain menjadi lebih murah dibandingkan dengan tarif para pesaing.

Kata Kunci : Kualitas Produk, Kepuasan Pelanggan, Flexi *Trendy*