

ABSTRAK

Pelanggan telepon selular di Indonesia dibagi menjadi dua berdasarkan cara pembayarannya, yaitu pra bayar dan pasca bayar. Ketika jumlah pelanggan pasca bayar secara keseluruhan di Indonesia cenderung fluktuatif, Kartu Halo sebagai produk pasca bayar dari Telkomsel mengalami kenaikan dengan tingkat pertumbuhan yang lebih tinggi dari jumlah pengguna pra bayar. Kota Bogor merupakan salah satu kota yang menyaingi Ibukota Jakarta. Kota Bogor menjadi peringkat pertama dengan indeks potensi pasar tertinggi dibandingkan kota dan kabupaten di seluruh Indonesia dalam penelitian yang dilakukan Katadata yang bekerjasama dengan Departemen Statistika Institut Pertanian Bogor (IPB).

Tujuan penelitian ini adalah untuk mengetahui kegiatan telemarketing Kartu Halo di Kota Bogor.

Metode pengumpulan data ialah dengan menyebarkan kuesioner kepada 100 responden yang merupakan pelanggan Kartu Halo yang berdomisili di Kota Bogor. Pengolahan data penelitian menggunakan analisis statistik deskriptif.

Berdasarkan hasil pengolahan data, menunjukkan bahwa telemarketing Kartu Halo di Kota Bogor sudah dalam tahap baik.

Untuk kegiatan telemarketing, disarankan untuk pihak Kartu Halo agar lebih memperhatikan etika telemarketernya dalam menyampaikan informasi produk kepada konsumen.

Kata kunci : Telemarketing