

ABSTRAK

Perkembangan sosial masyarakat Indonesia akan menuju kepada masyarakat informasi. Pada era modern saat ini dalam dunia telekomunikasi, masyarakat menempatkan telekomunikasi sebagai sumber kegiatan dalam melakukan aktivitasnya terlebih lagi menurut survei yang dilakukan APJJI mengungkapkan bahwa perkembangan penggunaan internet di Indonesia dari tahun ketahun semakin meningkat. Oleh karena itu, permintaan akan layanan telekomunikasi baik dari sisi jumlah maupun kualitas akan semakin meningkat.

PT Smartfren melalui produk Smartfren 4G LTE-Advanced menawarkan layanan LTE 4G pertama di Indonesia. Dengan kemunculan layanan LTE pertama di Indonesia ini, serta diikuti dengan Kualitas produk, layanan dan harga yang ditawarkan terjangkau sehingga dapat diterima masyarakat. Ketiga komponen tersebut menjadi komponen yang paling diperhitungkan demi mencapai kepuasan masyarakat pengguna internet di Indonesia.

Melalui penelitian ini adalah untuk menganalisis pengaruh Kualitas produk yang terdiri dari komponen: *performance, features, conformance, reability, durability, esthetica, perceived quality, serviceability* serta Kualitas layanan yang terdiri atas: *tangible, reability, durability, assurance, emphaty* dan harga produk. Ketiga hal diatas ingin diteliti dikarenakan saat ini PT Smartfren mengalami penurunan jumlah pelanggan sehingga profit penjualan mengalami penurunan setiap bulannya.

Metode yang digunakan untuk mengumpulkan data adalah dengan penyebaran kuisioner, dimana kuisioner berisi dengan pertanyaan tertutup dan akan dibagikan kepada ± 400 pelanggan di Kota Makassar untuk mengetahui berapa besar pengaruh ketiga komponen diatas terhadap penjualan Smartfren 4G LTE-Advanced.

Kata Kunci: Kualitas Produk; Layanan; Harga; Smartfren; LTE; 4G