

ABSTRAK

Penelitian ini bertujuan untuk melihat pengaruh keterampilan *telemarketer* dan perangkat *telemarketing* terhadap respon pelanggan produk YesTV pada TelkomVision RO Jabar Bandung. Ketatnya persaingan di industri *pay tv* menuntut setiap pemain dalam industri tersebut selalu berinovasi, baik pada produk maupun aktivitas pemasarannya. TelkomVision didukung sumber *database* calon pelanggan yang cukup banyak dari PT Telekomunikasi Indonesia, Tbk (TELKOM), sehingga mendukung TelkomVision untuk memasarkan produknya melalui *telemarketing*. Oleh karena itu penelitian ini mencoba untuk mengevaluasi apakah aktivitas *telemarketing* yang dilakukan TelkomVision RO Jabar sudah cukup efektif untuk menciptakan respon positif dari pelanggan.

Penelitian ini menggunakan metode studi deskriptif dan kausal. Populasi dalam penelitian ini adalah pelanggan produk YesTV di TelkomVision RO Jabar. Sampel yang diambil sebanyak 100 responden dengan menggunakan teknik *non-probability sampling* melalui pendekatan *purposive sampling*, dengan kriteria pengambilan sampel adalah pelanggan TelkomVision RO Jabar yang pernah dihubungi oleh *telemarketer* TelkomVision dan melakukan pembayaran tagihan di TelkomVision RO Jabar jalan Windu no. 23 Bandung serta berlangganan ≤ 1 tahun. Analisis yang digunakan meliputi uji validitas, uji reliabilitas, analisis nilai jenjang, uji asumsi klasik, dan analisis regresi linier berganda.

Hasil analisis deskriptif dalam penelitian ini menunjukkan keterampilan *telemarketer* di TelkomVision RO Jabar berada pada kategori yang baik, perangkat *telemarketing* juga berada pada kategori yang baik. Selanjutnya, berdasarkan hasil analisis regresi berganda dapat diketahui bahwa keterampilan *telemarketer* dan perangkat *telemarketing* berpengaruh terhadap respon pelanggan sebesar 48,3%. TelkomVision RO Jabar perlu mempertahankan elemen-elemen yang sudah dinilai baik oleh pelanggan serta perlu memperbaiki hal-hal yang masih kurang agar mampu meningkatkan respon positif pelanggan terhadap produk TelkomVision.

Kata Kunci : Keterampilan *Telemarketer*, Perangkat *Telemarketing*, dan Respon Pelanggan.