

ABSTRAKSI

Penelitian ini dilakukan dengan tujuan untuk meneliti pengaruh dari program promosi *Bulan C'rita Flexi* terhadap perilaku pasca pembelian pengguna layanan panggilan suara (*voice call*) Flexi Trendy di Kota Bandung tahun 2010. Objek penelitian ini berada di Kota Bandung, yang merupakan daerah kerja dari Divisi Telkom Flexi Regional 3 Jabar-Banten. Data primer dalam penelitian ini diperoleh dengan kuesioner yang disebar kepada 100 orang pengguna Flexi Trendy. Dan data sekunder dalam penelitian ini diambil dari berbagai literatur dan dokumen yang berkaitan.

Penelitian ini menggunakan analisis regresi sederhana. Penelitian ini juga menggunakan analisis *linear continuum* untuk mengetahui bagaimana tanggapan konsumen Flexi Trendy terhadap program promosi *Bulan C'rita Flexi* dan penggunaan layanan panggilan suara (*voice call*) nya.

Hasil penelitian ini menyimpulkan tanggapan konsumen terhadap program promosi *Bulan C'rita Flexi* secara umum berada pada kondisi yang baik. Selain itu perilaku pasca pembelian pengguna layanan panggilan suara (*voice call*) Flexi Trendy di Kota Bandung tahun 2010 juga berada pada kondisi yang baik dan cenderung sangat tinggi. Hasil analisis statistik yang dilakukan memperlihatkan bahwa program promosi *Bulan C'rita Flexi* memiliki pengaruh positif yang signifikan terhadap penggunaan layanan panggilan suara (*voice call*) pada perilaku pasca pembelian konsumen Flexi Trendy.