

## RINGKASAN

Kata Kunci : Harga, Kualitas Pelayanan, Promosi, Kepuasan Pelanggan

Faktor-faktor yang dapat mempengaruhi konsumen untuk menggunakan jaringan dan *handphone* yang dikeluarkan oleh PT. Telkom terdapat didalam bauran pemasaran (*marketing mix*). Bauran pemasaran terdiri dari *Product* (produk), *Price* (harga), *Place* (tempat), *Promotion* (promosi), *People* (orang), *Physical evidence* (bukti fisik) dan *Process* (proses) (Alma, 2003:36). Melakukan bauran pemasaran yang tepat sasaran akan semakin meningkatkan jumlah konsumen.

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui pengaruh variabel harga terhadap variabel kepuasan pelanggan Telkom Flexi Kabanjahe yang terdaftar pada PT. Telkom Kabanjahe, untuk mengetahui pengaruh variabel kualitas pelayanan terhadap variabel kepuasan pelanggan Telkom Flexi Kabanjahe yang terdaftar pada PT. Telkom Kabanjahe dan untuk mengetahui pengaruh variabel promosi terhadap variabel kepuasan pelanggan Telkom Flexi Kabanjahe yang terdaftar pada PT. Telkom Kabanjahe. Populasi dalam penelitian ini adalah pelanggan Telkom Flexi Kabanjahe yang terdaftar pada PT Telkom Kabanjahe tahun 2010, yaitu sebanyak 1256 orang. Total sampel dibulatkan ke atas menjadi 90 orang untuk menghindari pengurangan jumlah sampel. Data dalam penelitian ini diperoleh dari sumber data sekunder. Teknik pengumpulan data yang digunakan dalam penelitian ini adalah wawancara dan studi dokumentasi. Teknik Analisis data yang digunakan adalah analisis regresi OLS.

Berdasarkan hasil penelitian ini dapat disimpulkan bahwa setiap 1% perubahan variabel kepuasan pelanggan memberi pengaruh 0,239 atau 23,9% terhadap perubahan harga dan setiap perubahan 1% perubahan variabel kepuasan pelanggan memberi pengaruh 0,316 atau 31,6% terhadap perubahan variabel kualitas pelayanan serta setiap perubahan 1% perubahan variabel kepuasan pelanggan memberi pengaruh 0,415 atau 41,5% terhadap perubahan variabel promosi.