

ABSTRAK

ANALISIS PERSEPSI KONSUMEN TERHADAP PROGRAM BINTANG ASIK PADA PT TELKOMSEL Tbk Cabang BANDAR LAMPUNG

Oleh

Destika Mahardini

PT Telkomsel merupakan salah satu perusahaan swasta yang bergerak di bidang jasa operator seluler, dengan salah satu produk utamanya yaitu Simpati, Kartu Prabayar (*Pre-Paid*), yang terdiri dari paket perdana dan voucher, kini Telkomsel meluncurkan program Bintang Asik. Bintang Asik adalah kompetisi bernyanyi melalui telepon seluler dengan akses 91945 yang berlaku untuk semua pelanggan Telkomsel.

Masalah yang dihadapi yaitu kurangnya peminat konsumen terhadap program Bintang Asik, maka permasalahan yang dapat diambil adalah “Apakah persepsi konsumen terhadap program Bintang Asik pada PT Telkomsel sudah baik?”

Tujuan penulisan laporan ini untuk menilai persepsi konsumen terhadap program Bintang Asik pada PT Telkomsel.

Metode yang digunakan dalam penelitian ini adalah metode kualitatif dengan cara menjelaskan fakta yang ada di lapangan dengan teori yang berhubungan dengan Kepuasan Konsumen terhadap program Bintang Asik di Bandar Lampung.

Hasil pembahasan terhadap analisis kepuasan konsumen terhadap pelayanan PT Telkomsel dapat ditarik kesimpulan persepsi pelanggan Telkomsel terhadap program Bintang Asik dilihat secara keseluruhan, dilihat dari harga, produk, promosi dan distribusi secara keseluruhan “kurang baik” dengan nilai 52.08%

Persepsi pelanggan Telkomsel terhadap program telkomsel Bintang Asik yang paling menonjol adalah dibidang persepsi konsumen dengan nilai “sangat baik” mendapatkan presentase 90%. Dilanjutkan oleh persepsi responden mengenai produk 48,33%, distribusi 35,5% dan promosi 32,5% dengan nilai “kurang baik”

Saran yang dapat diberikan oleh PT Telkomsel Bandar Lampung adalah Program Telkomsel Bintang Asik yang telah dilaksanakan oleh PT Telkomsel harus lebih ditingkatkan. Karena program tersebut kurang diminati oleh konsumen. Untuk dibagian promosi harus ditingkatkan sebab masih banyak pelanggan yang belum mengetahui program tersebut.