

INTISARI

Laju pertumbuhan sektor telekomunikasi saat ini khususnya *BlackBerry Internet Service* meningkat secara signifikan. Dalam situasi seperti ini, perusahaan penyedia jasa akan mengalami tingkat persaingan usaha yang semakin ketat. Strategi pemasaran yang agresif diperlukan untuk dapat menarik pelanggan baru dan mempertahankan pelanggan yang sudah ada.

Tujuan penelitian ini adalah untuk mengetahui faktor - faktor apa yang memiliki peran signifikan dalam mempengaruhi pemilihan penyedia layanan *BlackBerry Internet Service* pada PT Telkomsel. Untuk menjawab tujuan penelitian tersebut, peneliti menggunakan metode survei dengan melakukan penyebaran angket kepada konsumen yang meliputi dimensi kualitas layanan, harga, kualitas produk, promosi, dan persepsi konsumen. Analisis data dilakukan dengan menggunakan pendekatan model persamaan struktural dengan program Lisrel 8.70.

Dari hasil penelitian terungkap bahwa semua variabel penelitian (kualitas layanan, harga, kualitas produk, dan promosi) memiliki pengaruh yang signifikan terhadap persepsi konsumen dalam memilih *BlackBerry Internet Service*. Kualitas produk merupakan variabel yang paling dominan mempengaruhi persepsi konsumen, diikuti oleh kualitas layanan, promosi, dan harga.

Disarankan kepada manajemen perusahaan agar meningkatkan kualitas jaringan dan mempercepat kecepatan akses internet baik pada *email, chatting, maupun browsing*, karena motivasi dasar pelanggan menggunakan *BlackBerry Internet Services* adalah untuk mendapatkan manfaat utama dari layanan internet.

Kata Kunci: *BlackBerry Internet Services*, Persepsi Konsumen, Harga, Promosi



ABSTRACT

The rate of growth of the telecommunication sector today, especially BlackBerry Internet Service has increased significantly. In that situation, service providers will be facing a level of competition which is more strict. So, it needs an aggressive marketing strategy to attract new customers and retain existing customers.

The purpose of this study is to identify factors that have a significant role in influencing the selection of BlackBerry Internet Service provider PT Telkomsel. To answer the research purposes, researcher used a method by conducting questionnaire survey to consumers that includes the dimensions of service quality, price, product quality, promotion, and consumer perception. Data analysis was accomplished by using structural equation model approach with the 8.70 Lisrel program.

Based on result of the research is revealed that all variables (service quality, price, product quality, and promotion) have a significant impact on consumer perceptions. The product quality is the most dominant variable affecting the perception of consumers, followed by quality of service, promotion, and price.

Recommendation to Telkomsel is to improve network quality and accelerate the speed of Internet access both in email, chat, and browsing, since base motivation of consumers using *BlackBerry Internet Services* is to obtain main benefit of internet service.

Keywords: BlackBerry Internet Services, Consumers perception, Pricing, Promotion