

## ABSTRAK

**HARDIYANTI ANWAR**, Tahun 2018. Analisis Strategi Diferensiasi Produk Telkom IndiHome Dalam Memelihara Loyalitas Pelanggan Pada PT. Telekomunikasi Indonesia Witel Makassar, Skripsi Program Studi Manajemen Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Muhammadiyah Makassar. Dibimbing oleh Pembimbing I Asdi dan Pembimbing II Abd. Salam HB.

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui strategi diferensiasi produk Telkom IndiHome dalam memelihara loyalitas pelanggan pada PT. Telekomunikasi Indonesia Witel Makassar. Jenis penelitian yang digunakan dalam penelitian adalah penelitian deskriptif kualitatif. Data yang dianalisis bersumber dari wawancara mendalam dan observasi terhadap 1 orang informan kunci dan 1 orang informan non kunci.

Hasil penelitian menunjukkan bahwa diferensiasi produk yang diterapkan oleh Telkom Witel Makassar produk IndiHome *Triple Play* yang menggunakan kabel jaringan *Fiber Optic* yang lebih unggul karena dapat melayani 3 sampai 4 layanan dalam waktu yang bersamaan, serta jaringan yang lebih cepat dan stabil. PT. Telkom memberikan paket harga yang disesuaikan dengan kebutuhan para pelanggan berdasarkan jenis layanan dan kecepatan internet.

Untuk memelihara loyalitas pelanggan, PT. Telkom Witel Makassar memberikan berbagai macam kemudahan melalui aplikasi My IndiHome untuk mengakses informasi mengenai produk IndiHome. Selain itu, juga memberikan program bonus berhadiah dan mengadakan event-event menarik sebagai promosi dan hiburan untuk masyarakat setempat.

PT. Telkom Witel Makassar menetapkan standar CSI (*Customer Satisfaction Index*) untuk mencari tahu kepuasan pelanggan dan CLI (*Customer Loyalty Index*) untuk loyalitas pelanggan dengan melakukan survey 1 tahun sekali terhadap pelanggan IndiHome.

**Kata Kunci** : Strategi Diferensiasi Produk, Loyalitas Pelanggan.