

Persepsi nilai pelanggan bisnis terhadap jasa sambungan langsung internasional

Pujo Pramono, author

Deskripsi Lengkap: <https://lib.ui.ac.id/detail?id=109035&lokasi=lokal>

Abstrak

PT. Telekomunikasi Indonesia, Tbk dipertengahan tahun 2003 berencana meluncurkan jasa Sambungan Langsung Internasional (SLI). Agar dapat diterima pelanggan (marketable), perusahaan harus dapat mengemas suatu tawaran yang unggul (superior offering). Tawaran yang unggul berarti mengandung nilai terbaik dimata pelanggan dibanding dengan apa yang ditawarkan pesaing.

Tesis ini merupakan penelitian eksploratif tentang persepsi nilai pelanggan bisnis terhadap jasa SLI yang dilakukan secara kualitatif dan kuantitatif. Penelitian kualitatif ditujukan untuk mengetahui nilai-nilai yang menjadi pertimbangan utama pelanggan dalam mengkonsumsi jasa SLI, melalui peta pengambilan keputusan pelanggan. Sedangkan penelitian kuantitatif ditujukan untuk mengetahui peta persepsi pelanggan terhadap jasa SLI saat ini.