

# ANALISIS PENGARUH KEUNGGULAN PRODUK, KEGUNAAN PRODUK DAN PROMOSI TERHADAP TINGKAT KESUKSESAN PRODUK TELKOM FLEXI DI JEPARA

**Nurul Komaryatin**  
**Fitri Ella Fauziah**

## **Abstract**

*This research aim to test influence of usefulness of product, excellence of product and promotion to level successfulness of product of telkomflexi with research location in Jepara and period of research executed in the year 2004 / 2005. Population at this research is] customer of telkomflexi (flexi trendy and classy). Sampling technique use approach of non-probability sampling, that is accidental sampling, while amount of taken sampel counted 97 responder. Data type is primary and sekunder data and collected with documentation and kuesioner. Its Analysis technique with linear regression analysis. Test of quality data (validity and reliability) and test classic assumption is conduct to ascertain goodness-of-fit model regresi.*

*Result of data analysis show that third variable (usefulness of product, excellence of product and promotion) have positive influence and signifikan to level successfulness of product of Telkomflexi, either through and also parsial of simultan. Variable sequence pursuant to strength of its influence is excellence of product (strongest) later then promotion and usefulness of product*

**Keyword:** *usefulness of product, excellence of product, storey;level and promotion successfulness of new product.*

## **Pendahuluan**

Situasi perekonomian yang semakin kompleks mempengaruhi dinamika perkembangan perusahaan. Perkembangan dunia yang semakin pesat dewasa ini memerlukan sarana media informasi dan komunikasi yang memadai sehingga dapat menyampaikan suatu informasi kepada pihak lain dalam waktu yang cepat. Dalam hal ini perusahaan jasa telekomunikasi sangat berperan dalam memberikan layanan jasa tersebut.

Salah satu hal penting dalam tujuan pemasaran yang perlu diperhatikan oleh perusahaan adalah membuat suatu pedoman untuk memberi arah dalam meningkatkan kinerja perusahaan. Untuk meningkatkan kinerja pemasaran sesuai harapan, perusahaan harus memperhatikan strategi yang diimplementasi guna mencapai tujuan tersebut. Menurut