

**EVALUASI PERSONAL COMMUNICATION PRODUK INDIHOME
MENURUT PERSEPSI KONSUMEN PADA PT TELKOM INDONESIA
KANDATEL PURWODADI**

Gita Setya Fajar Astuti

Abstrak

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui penerapan *personal communication* produk IndiHome menurut persepsi konsumen pada PT Telkom Indonesia Kandatel Purwodadi. Penelitian ini menggunakan pendekatan kuantitatif, dengan populasi penelitian ini adalah konsumen IndiHome. Metode yang digunakan dalam pengambilan sampel adalah *propotionate stratified random sampling*, dan dihitung menggunakan rumus Slovin diperoleh sebanyak 100 responden. Pengumpulan data primer menggunakan kuesioner sedangkan analisis data dilakukan dengan menggunakan analisis uji validitas, uji reliabilitas, *mean arithmetic* dan parameter aritmatik *mean*. Uji validitasnya dilakukan dengan membandingkan r hitung dengan r tabel, sedangkan uji reliabilitasnya menggunakan *Cronbach Alpha*. Dari 14 indikator yang dipakai dalam penelitian mempunyai hasil dengan kategori setuju semua yang meliputi indikator tampilan menarik, informasi tepat sasaran, kemudahan informasi, kemudahan interaksi, kredibilitas informasi, topics, tools, taking part, tracking, indikator penampilan wiraniaga baik, wiraniaga menguasai informasi perusahaan, kemampuan wiraniaga dalam menjelaskan produk bagi pelanggan memuaskan, wiraniaga dapat mengidentifikasi konsumen baru atau konsumen lama dengan baik. Berdasarkan Berdasarkan pada hasil akhir perhitungan *mean arithmetic* responden menilai *personal communication* pada PT Telkom Indonesia Kandatel Purwodadi meliputi 14 indikator memperoleh nilai rata-rata presentase sebesar 2,90 nilai tersebut tergolong kategori setuju. Artinya keseluruhan indikator *personal communication* disetujui oleh konsumen. Bahwa penerapan *personal communication* pada PT Telkom Indonesia Kandatel Purwodadi telah menyesuaikan dengan keadaan dan kebutuhan konsumen.

Kata Kunci: Evaluasi. *Personal Communication*

8/9 '21




**EVALUATION PERSONAL COMMUNICATION OF INDIHOME
PRODUCT BY PERCEPTION CONSUMERS IN PT TELKOM INDONESIA
KANDATEL PURWODADI**

Gita Setya Fajar Astuti

Abstract

This study aims to determine the application of personal communication IndiHome products according to consumer perceptions at PT Telkom Indonesia Kandatel Purwodadi. This study uses a quantitative approach with the population of this study are IndiHome consumers. The method used in sampling is proportionate stratified random sampling calculated using the Slovin formula so that 100 respondents are obtained. Primary data collection was carried out using a questionnaire while data analysis was carried out using analysis of validity tests, reliability tests, arithmetic mean and arithmetic mean parameters. The validity test was carried out by comparing r count with r table, while the reliability test used Cronbach Alpha. The 14 indicators used in the study had results in the agreed category which included indicators of attractive appearance, targeted information, ease of information, ease of interaction, credibility of information, topics, tools, taking part, tracking, indicators of good salesperson appearance, salespeople mastering company information, ability salespeople in explaining products to customers are satisfying, and salespeople can identify new customers or old customers well. Based on the final result of the calculation of the mean arithmetic, respondents assessed that personal communication at PT Telkom Indonesia Kandatel Purwodadi includes 14 indicators, obtaining an average percentage value of 2.90 which is categorized as agree. This means that all indicators of personal communication are approved by consumers. Whereas the application of personal communication at PT Telkom Indonesia Kandatel Purwodadi has adapted to the circumstances and needs of consumers.

Keywords: Evaluation, Personal Communication

