

## ABSTRAK

Perkembangan teknologi informasi dan telekomunikasi pada saat ini semakin mengalami kemajuan dan kompleksitas dalam berkomunikasi antar individu. Internet merupakan salah satu contoh dari bentuk komunikasi sebagai suatu sarana yang memberikan kemudahan dalam berkomunikasi. PT Telkom Tbk adalah salah satu jasa penyelenggara ISP (*Internet Service Provider*) di Indonesia. Penelitian ini bertujuan untuk menguji apakah pengaruh kualitas produk, rasa kepercayaan dan harga yang kompetitif terhadap kepuasan pelanggan produk Telkom Speedy di Kota Semarang.

Penelitian ini menggunakan metode *purposive sampling* dengan sampel penelitian berjumlah 100 orang dari populasi pelanggan Telkom Speedy yang berdomisili di Semarang. Metode analisis yang digunakan adalah regresi linier berganda. Hasil penelitian akhir menunjukkan bahwa harga mempunyai pengaruh yang paling besar dibandingkan dengan variabel bebas lainnya terhadap kepuasan pelanggan.

Hasil penelitian tersebut menunjukkan bahwa variabel kualitas produk, rasa kepercayaan dan harga yang kompetitif berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan pelanggan.

Kata kunci : Kualitas Produk, Rasa Kepercayaan, Harga yang Kompetitif dan Kepuasan Pelanggan