

ABSTRAK

Dalam karya ilmiah ini membahas apakah terdapat pengaruh antara persepsi produk dan harga terhadap retensi pelanggan Telkomspeedy pada PT. Telekomunikasi Tbk. Kandatel Tangerang. Data diperoleh dengan cara memberikan kuisioner kepada 90 responden pelanggan Telkomspeedy yang sedang melakukan pembayaran di STO BSD, Tangerang. Pengambilan jumlah sample menggunakan rumus Slovin, dan teknik pengambilan sampel yang digunakan adalah *Accidental Sampling*, sedangkan alat analisis yang digunakan adalah, Uji Validasi, Uji Klasik dan Regresi Berganda.

Hasil pengujian hipotesis menunjukkan terdapat pengaruh yang signifikan baik secara parsial dan simultan atau bersama-sama antara persepsi produk dan harga terhadap retensi pelanggan Telkomspeedy pada PT. Telekomunikasi Tbk. Selanjutnya bagi peneliti yang ingin melakukan penelitian lebih lanjut disarankan untuk melakukan penelitian pada faktor-faktor lain yang dapat digunakan untuk meningkatkan retensi pelanggan.

Kata kunci : persepsi, harga, retensi pelanggan

