

## ABSTRAK

Isnani Roghibatulmillah (1004895), **"Pengaruh Produk *Bundling* Terhadap Keputusan Penggunaan Internet dan TV Berlangganan (Survei pada Pengguna Produk *Bundling* First Media di Kota Bandung)"**. Di bawah bimbingan Prof. Dr. Hj. Ratih Hurriyati, M.P.

Perkembangan internet dan TV berlangganan pada dasawarsa akhir ini menunjukkan perkembangan yang pesat di dunia teknologi dan telekomunikasi, sehingga tidak mengherankan jika persaingan dalam usaha *megamedia* ini berlangsung sangat cepat dan harga yang ditawarkanpun semakin kompetitif. Hal ini tidak hanya pada kualitas, fungsi, varian namun juga pada banyaknya pengguna. Oleh karena itu agar tetap mampu bersaing perlu melakukan promosi produk agar dapat menarik perhatian konsumen sehingga dapat mempengaruhi konsumen terhadap keputusan penggunaan.

Penelitian ini dilakukan untuk mengetahui gambaran *produk bundling* pengguna First Media di Kota Bandung, mengetahui gambaran keputusan penggunaan pengguna *produk bundling* First Media di Kota Bandung, dan mengetahui temuan mengenai seberapa besar pengaruh produk *bundling* terhadap keputusan penggunaan pada pengguna First Media di Kota Bandung. Objek/unit analisis penelitian ini adalah First Media. Variabel bebas (X) pada penelitian ini adalah produk *bundling* dan variabel terikat (Y) pada penelitian ini adalah keputusan penggunaan. Jenis penelitian yang digunakan adalah deskriptif, verifikatif, dan metode yang digunakan survei penjelasan dengan teknik yang digunakan sistem sampel acak, dengan jumlah sampel sebanyak 100 pengguna. Teknik analisa data yang digunakan adalah linier sederhana dengan alat bantu *software* komputer SPSS 21.0.

Hasil yang diperoleh dalam penelitian menyatakan bahwa gambaran produk *bundling* dalam kategori cukup sesuai, gambaran keputusan penggunaan dalam kategori cukup banyak, dan keputusan penggunaan dipengaruhi secara positif oleh produk *bundling*.

Penulis merekomendasikan agar perusahaan melakukan produk *bundling* secara lebih bervariasi, sehingga keputusan penggunaan menjadi lebih bagus.

**Kata kunci: Produk *Bundling*, Keputusan Penggunaan**

## **ABSTRACT**

Isnani Roghibatulmillah (1004895), ***"The Influence of Bundling Product on Using Decision Internet and Use TV (Survey on First Media's Bundling Product Users in Bandung City)"***. Under guidance by Prof. Dr. Hj. Ratih Hurriyati, M.P.

*A Development of internet and Use TV at the end of this decade showed growth rapidly in the world of technology and communications, so it is not surprising that competition in the megamedia business is going very fast and the price to offer even more competitive. It is not just the quality, function, variant but also on the numbers of users. Therefore, in order to remain competitive the marketers need to make a product promotion in order to attract the consumers attention so they can influence consumers to the using decision.*

*This study is aimed to known the description of bundling product to First Media users in Bandung City, known the description of decision making to First Media users in Bandung City, and to find how big the bundling product influenced on to First Media users in Bandung City. The object/unit analysis in this study is First Media. The independent variable (X) in this study is bundling product and dependent variable (Y) in this study is decision making. This study type are descriptive, verifikatif, and the method is explanatory survey with a systematic random sampling technique, and total sample of 100 users. Data analysis technique used are simple linier analysis with computer software tool SPSS 21.0. The result in this study are obtained that bundling product in good category, career development in excellent category, employee's performance in good category, employee's performance is positively influenced by the training program, employee's performance is positively influenced by the development career, employee's performance is positively influenced by the training program and career development, and there is a positive relationship or correlation between the training program with career development.*

*The author recommends that the company have to do a bundling product with more varied, so that the using decision becomes much better.*

**Keyword : Bundling Product, Using Decision**