

ABSTRAK

Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis strategi komunikasi pemasaran yang diterapkan oleh PT. Telkomsel Lhokseumawe dalam mempertahankan konsumen IndiHome di tengah persaingan bisnis penyedia layanan internet. Penelitian ini menggunakan perspektif Bauran Pemasaran Jasa 7P yang meliputi *product*, *price*, *promotion*, *place*, *people*, *process*, dan *physical evidence*, serta *Relationship Marketing* yang terdiri dari *trust*, *commitment*, dan *communication*. Penelitian menggunakan pendekatan kualitatif deskriptif. Data diperoleh melalui wawancara mendalam, observasi, dan dokumentasi. Hasil penelitian menunjukkan bahwa strategi komunikasi pemasaran PT. Telkomsel Lhokseumawe diterapkan melalui bauran pemasaran jasa 7P. Pada aspek *product* ditemukan bahwa produk IndiHome memiliki kualitas jaringan yang stabil dan sesuai kebutuhan pelanggan. Pada aspek *price* ditemukan bahwa perusahaan menawarkan harga yang kompetitif dengan berbagai pilihan paket. Pada aspek *promotion* ditemukan bahwa promosi dilakukan melalui *WhatsApp*, media sosial, brosur, dan sales. Pada aspek *place* ditemukan bahwa perusahaan memiliki jangkauan layanan yang luas dan menyediakan kantor pelayanan. Pada aspek *people* ditemukan bahwa *Customer Service* dan sales memberikan pelayanan yang responsif dan komunikatif. Pada aspek *process* ditemukan bahwa perusahaan memiliki prosedur pemasangan dan penanganan gangguan yang jelas. Pada aspek *physical evidence* ditemukan bahwa fasilitas kantor pelayanan mendukung kenyamanan pelanggan. Dari seluruh aspek tersebut, *people* dan *process* menjadi faktor yang paling dominan dalam mempertahankan pelanggan. Berdasarkan perspektif *Relationship Marketing*, kepercayaan pelanggan dibangun melalui kualitas layanan, komitmen diwujudkan melalui upaya menjaga hubungan jangka panjang, dan komunikasi dilakukan secara aktif melalui berbagai media. Temuan penelitian menunjukkan bahwa penerapan bauran pemasaran jasa 7P yang didukung *Relationship Marketing* mampu membantu PT. Telkomsel Lhokseumawe mempertahankan konsumen IndiHome di tengah persaingan bisnis layanan internet.

Kata Kunci: Bauran Pemasaran 7P, *Relationship Marketing*, Strategi Komunikasi Pemasaran, IndiHome.