

ABSTRAKSI SKRIPSI

Topik : Perilaku Konsumen.

Judul : Studi Eksploratori: Perilaku Konsumen dalam berlangganan dan menggunakan paket HALObebas di Surabaya.

Pemilihan topik dan objek ini di latar belakang oleh adanya perbedaan persepsi, budaya, kepribadian antara masing-masing individu dalam masyarakat. Sehingga dalam pemilihan suatu produk atau jasa yang ditawarkan akan menimbulkan perilaku yang berbeda-beda antara individu yang satu dengan individu yang lain seperti alasan pemilihan produk atau jasa yang ditawarkan, pemilihan tempat pembelian, kriteria produk atau jasa yang diinginkan, pencarian informasi, dan sebagainya. Selain itu adanya perubahan kebutuhan manusia di bidang komunikasi yang pada jaman modern seperti sekarang ini dituntut lebih cepat dan praktis. Dengan adanya perkembangan teknologi maka muncul alat komunikasi yang disebut dengan telepon seluler atau ponsel. Munculnya adanya telepon seluler juga memunculkan operator seluler yang saling berlomba-lomba untuk mendapatkan konsumen dengan memberikan tawaran fasilitas atau promo-promo menarik agar konsumen lebih tertarik untuk menggunakan produk atau jasa yang mereka tawarkan dibandingkan pesaingnya. Ketatnya persaingan di dunia bisnis komunikasi ini, maka telkomsel berusaha untuk memenuhi kebutuhan pasar dengan meluncurkan Paket HALObebas yang memiliki 4 pilihan yaitu HALObebas Abonemen, HALObebas 150 SMS, HALObebas Komunitas, dan HALObebas Bicara. Konsumen dapat memilih paket HALObebas yang akan digunakan sesuai dengan kebutuhan konsumen tersebut.

Elemen yang digunakan dalam penelitian ini meliputi *What They Choose, Who Is The User, When They Buy, Where They Buy, Why They, Who Is Influencer In The Buying, How They Know About The Produk, How They Evaluate After Purchase*. Jenis penelitian yang digunakan adalah riset eksploratori. Sumber data merupakan sumber data primer yang diperoleh dari wawancara langsung dengan responden atau biasa disebut dengan *Depth Interview*. Teknik pengambilan

sampel yang digunakan pada penelitian ini adalah *Non Probability Sampling* dimana pada proses sampling populasinya tidak diketahui. Cara pengambilan sampel adalah *Judgemental sampling* dimana elemen populasi yang dipilih berdasarkan penilaian dari peneliti. Elemen tersebut adalah responden yang mengerti setidaknya dua dari empat paket *HALObebas*. Metode analisis data yang digunakan pada penelitian ini adalah *Open Coding*, *Axial Coding*, dan *Selective Coding*.

Hasil dari penelitian ini adalah untuk elemen *What They Choose*, empat responden paket *HALObebas* yang dipilih oleh konsumen adalah paket yang dapat memenuhi kebutuhan konsumen dalam hal menggunakan telepon. Berdasarkan hasil wawancara, jika pemakaian telepon kecil biasanya konsumen akan memilih paket *HALObebas* Abonemen, jika konsumen lebih sering menggunakan SMS maka konsumen akan cenderung memilih paket *HALObebas* 150 SMS, sedangkan jika konsumen lebih sering berbicara ditelepon daripada SMS maka konsumen akan memilih paket *HALObebas* bicara.

Untuk elemen *Who is the user*, responden yang berlangganan dan menggunakan paket *HALObebas*, antara lain jika dilihat dari segi usia ≥ 21 tahun. Dari segi pekerjaan juga beragam, ada yang masih kuliah sambil bekerja sebagai SPG, pagerayu, pegawai toko Handphone, Marketing dan ada responden yang memiliki usaha sendiri. Dari pekerjaan yang berbeda-beda itu memberikan pendapatan yang berbeda antar responden yaitu tiga responden masih kuliah dan memiliki pekerjaan paruh waktu memiliki pendapatan rata-rata perbulan ≥ 1 juta rupiah. Tetapi ada satu responden yaitu Yulia, sama-sama masih kuliah dan memiliki pekerjaan paruh waktu memiliki pendapatan rata-rata perbulan ≤ 1 juta rupiah dan memiliki pengeluaran rata-rata perbulan < 1 juta rupiah. Empat responden lainnya sudah bekerja dan memiliki pendapatan rata-rata perbulan $\geq 1,5$ juta rupiah dan pengeluaran rata-rata ≥ 1 juta rupiah.

Untuk elemen *When they buy*, semua responden telah berlangganan dan menggunakan paket *HALObebas* lebih dari 1 tahun. Dalam pemilihan paket *HALObebas* yang sekarang digunakan, ada beberapa responden seperti responden Jessica, Yenny, Nanik, dan Ronald yang sebelumnya pernah menggunakan paket

HALObebas yang lainnya. Tetapi ada pula responden yang tetap menggunakan paket HALObebas yang dipilih pada awal pembelian yaitu responden Yulia, feryanto, Margaret dan Imanuel.

Dalam menentukan tempat pembelian, responden membeli paket HALObebas di Gerai Telkomsel yang biasa disebut sebagai Grapari. Selain itu ada yang membeli melalui layanan Customer Care (111) seperti responden Ronald. Berdasarkan hasil wawancara dengan 8 responden pembeli dan pengguna paket HALObebas, ditemukan bahwa konsumen cenderung memilih tempat pembelian yang paling praktis.

Pada elemen *Why they buy*, responden dalam berlangganan dan menggunakan paket HALObebas ini memiliki suatu alasan yang spesifik. Alasan pemilihan ini disesuaikan dengan kebutuhan maupun kebiasaan responden dalam menggunakan telepon.

Konsumen cenderung mengetahui informasi ataupun mendapatkan pengaruh dalam proses pembelian paket HALObebas melalui kerabat yang telah menggunakan paket HALObebas. Selain itu juga diikuti atas pertimbangan dari konsumen itu sendiri.

Hasil evaluasi dari para responden yang telah berlangganan dan menggunakan paket HALObebas adalah kebanyakan responden merasa cocok. Dikatakan cocok karena sudah sesuai dengan kebutuhan responden sehingga ditemukan kecendungan jika responden sudah merasa cocok maka mereka tidak ada keinginan untuk berpindah ke paket yang lainnya.