

ABSTRAK

Dari top 3 brand provider di Indonesia, Telkomsel memiliki pelanggan yang terus meningkat tiap tahunnya dan juga pelanggan paling banyak dibandingkan Indosat dan XL. Telkomsel memiliki banyak pelanggan dan juga coverage yang luas. Selain memiliki pelanggan dan coverage yang besar, Telkomsel memiliki harga yang paling tinggi di bandingkan kompetitornya.

Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis faktor-faktor yang dapat membentuk keputusan pembelian terhadap produk Telkomsel dan juga mencari faktor yang paling dominan yang dapat membentuk keputusan pembelian. Sebanyak 11 faktor akan diteliti untuk menemukan faktor apa saja yang dapat membentuk keputusan pembelian.

Penelitian ini merupakan penelitian kuantitatif dengan metode pengambilan data dengan cara survey yang disebarakan melalui kuesioner. Teknik *purposive sampling* digunakan di penelitian ini yang dimana sampel dari penelitian ini adalah pengguna produk provider Telkomsel di Indonesia. Dan dilanjutkan dilakukan analisis faktor menggunakan teknik analisis faktor eksploratori.

Hasil dari penelitian ini mendapatkan terdapat 6 faktor yang dapat membentuk keputusan pembelian pada pelanggan provider telkomsel di Indonesia. Faktor-faktor tersebut adalah *Faktor Kemudahan, Faktor Merek, Faktor Fasilitas dan Kualitas Pelayanan, Faktor Budaya, Faktor Lokasi dan Gaya Hidup, dan Faktro Harga*. Faktor-faktor tersebut diberi nama berdasarkan dari indikator dan item-item pembentuknya. Dan juga untuk faktor yang dominan adalah Faktor Kemudahan dengan nilai variance sebesar 43.752% dan nilai ekstrasi sebesar 0.748.

Hasil dari penelitian ini diharapkan dapat dijadikan evaluasi bagi Telkomsel untuk tetap memberikan kemudahan pada para pelanggan. Selain itu, hasil penelitian ini bisa dilanjutkan oleh peneliti selanjutnya dengan menggunakan metode CFA untuk memperkuat hasil penelitian ini.

Kata Kunci: Analisis Faktor, Teknik Analisis Faktor, Pelayanan dan Keputusan Pembelian.