

# ANALISIS PREFERENSI KONSUMEN DALAM MEMILIH *FIXED BROADBAND INTERNET* DI INDONESIA

Fikri Habib Yunanto<sup>1</sup>, Dra. Indrawati, Ph.D<sup>2</sup>

Prodi S1 Manajemen Bisnis Telekomunikasi dan Informatika, Fakultas Ekonomi dan Bisnis

Universitas Telkom

[fikrihabib060@gmail.com](mailto:fikrihabib060@gmail.com)<sup>1</sup>, [indrawati02@yahoo.com](mailto:indrawati02@yahoo.com)<sup>2</sup>

---

## Abstrak

Perkembangan internet beberapa tahun terakhir memberikan pertumbuhan yang cukup pesat. Terdapat 14.161.570 pengguna internet hingga tahun 2014. Indonesia berada pada peringkat 12 dunia berdasarkan jumlah pengguna internetnya. Terdapat dua layanan internet saat ini yaitu *fixed broadband internet* dan *mobile broadband internet*. Kedua layanan tersebut memiliki kelebihan dan kelemahan masing-masing. Kecepatan internet di Indonesia sendiri berada pada peringkat 122 dan berada pada peringkat 43 dari 120 negara yang artinya internet Indonesia lambat dan mahal. Di Indonesia *fixed internet* dijual secara *bundling* kepada konsumen. Masyarakat Indonesia lebih banyak menggunakan internet *mobile*. Preferensi menjadi hal yang penting digunakan untuk mengetahui keinginan konsumen agar terjadi keselarasan antara konsumen dengan perusahaan.

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui preferensi konsumen terhadap *fixed broadband internet* yang dilihat dari tingkat kepentingan atribut, fitur *bundling* serta harga. Hasil dari penelitian ini diharapkan akan memiliki nilai yang signifikan dalam memverifikasi penerapan model konjoin untuk menentukan preferensi konsumen *fixed broadband internet*. Selain itu, diharapkan penelitian ini dapat berguna untuk menambah pengetahuan mengenai preferensi konsumen dengan menggunakan model konjoin pada konteks penelitian preferensi konsumen *fixed broadband internet*. Penelitian ini diharapkan dapat menjadi masukan bagi perusahaan-perusahaan penyedia jasa layanan internet terutama pada bidang *fixed broadband* dalam menyusun strategi bisnisnya.

Penelitian ini menggunakan metode konjoin untuk mencari hasil preferensi dengan bantuan SPSS 22. Populasi dalam penelitian ini adalah pengguna internet di Indonesia. Sedangkan sampel yang digunakan menggunakan rumus slovin dan didapatkan 400 responden. Kemudian terdapat atribut yang digunakan dalam penelitian ini yaitu kecepatan internet, fitur *bundling* serta harga internet per bulan. Dari atribut dan level dalam penelitian ini diolah menggunakan SPSS 22 untuk menemukan stimuli ditemukan 18 stimuli untuk digunakan sebagai dasar membuat kuesioner. Penyebaran kuesioner sendiri menggunakan media *online*. Agar lebih mudah dan cepat mencapai responden.

Setelah melakukan penelitian ditemukan hasil terbaik yaitu atribut yang paling adalah harga (56,282), Kecepatan (35,344), Fitur (8,374) sementara untuk level yaitu kecepatan >10 Mbps (0,302), telepon dan saluran televisi berbayar (0,007), Harga Rp 100.000 s/d Rp 200.000 (0,007).

Penelitian ini memiliki saran mempertimbangkan harga, kecepatan internet serta fitur *bundling* karena merupakan urutan hal yang paling penting dari hasil penelitian ini. Bagi akademisi diharapkan agar adanya penelitian secara berkala mengenai topik ini, kemudian agar dilakukan penelitian lebih lanjut mengenai efek dari rekomendasi penelitian ini jika digunakan oleh perusahaan.

**Kata Kunci:** Preferensi, Perilaku Konsumen, Internet, penyedia layanan internet kabel.