

Abstrak

Perkembangan internet di Indonesia cukup pesat tercatat sebanyak 88.1 juta jiwa penduduk Indonesia menggunakan internet. Pengguna internet terbesar di Indonesia terdapat di provinsi Jawa Barat, dengan pengguna sebanyak 16.4 juta jiwa. 85% penduduk Indonesia mengakses internet menggunakan telepon selular oleh karena itu peranan *internet service provider* memiliki kesempatan untuk berlomba mendapatkan *market share mobile broadband internet*. Preferensi konsumen menjadi hal yang penting agar terciptanya keselarasan antara penyedia layanan internet dan konsumen.

Tujuan dari penelitian ini adalah untuk mengetahui preferensi konsumen terhadap *mobile broadband internet* dilihat dari tingkat kepentingan atribut, Harga, Teknologi jaringan, dan Volume kuota internet. Hasil dari penelitian ini diharapkan dapat memberikan wawasan dari penerapan model konjoin dalam menentukan preferensi konsumen dan diharapkan penelitian ini dapat menjadi masukan dalam menentukan strategi pemasaran bagi perusahaan-perusahaan penyedia layanan internet khususnya penyedia layanan berbasis *mobile broadband internet*.

Penelitian ini menggunakan metode konjoin dengan alat bantu SPSS 2.2. populasi dalam penelitian ini adalah pengguna internet di Jawa Barat. Sedangkan dalam menentukan sample menggunakan rumus slovin dan didapatkan sebanyak 400 responden. Atribut dalam penelitian ini adalah harga, teknologi dan volume kuota. Atribut didisain menggunakan SPSS 2.2 sehingga menghasilkan 18 stimuli yang digunakan sebagai dasar membuat kuesioner. Penyebaran kuesioner sendiri menggunakan media *online*.

Setelah melakukan penelitian didapatkan hasil terbaik dari *importance value* atribut yaitu Harga (54.700) , volume kuota internet (35.587), Teknologi (9.713). sedangkan level yang paling diinginkan oleh konsumen adalah Harga sebesar Rp.50.000 – 100.000 , dengan volume kuota internet sebesar 6.1 Gb- 8 Gb, dengan teknologi 4G.

Saran dari penelitian ini adalah sebaiknya penyedia layanan internet mempertimbangkan harga, lalu volume kuota internet dan terakhir adalah teknologi. Karna ini merupakan urutan yang paling penting dari penelitian ini. Bagi akademisi agar penelitian ini dilaksanakan secara berkala karena preferensi konsumen mengenai *mobile broadband internet* dapat berubah cepat. Kemudian agar dilakukan penelitian lebih lanjut untuk melihat pengaruh atribut dalam penjualan paket internet berbasis *mobile broadband internet*.

Kata kunci : konjoin, preferensi konsumen, mobile broadband internet.