

ABSTRAK

Perkembangan teknologi zaman sekarang dan era globalisasi saat ini tumbuh sangat pesat mulai dari teknologi dan sebagainya. Begitu juga dengan kemampuan konsumen yang begitu selektif menggunakan operator seluler. Hal tersebut terlihat karena semakin banyak masyarakat yang menggunakan *handphone* dan menggunakan kartu seluler atau operator seluler. Penggunaan kartu seluler bisa lebih dari satu kartu seluler, karena masyarakat juga terkadang menggunakan lebih dari satu kartu seluler.

Penelitian ini menggunakan metode kuantitatif dengan populasi mahasiswa-mahasiswi Fakultas Ilmu Terapan jurusan Manajemen Pemasaran. Sampel yang digunakan adalah sampel *Sampling purposive*. Metode dalam pengumpulan data dengan menggunakan kuesioner dan menggunakan uji *mann whitney*.

Hasil penelitian menunjukkan bahwa menurut tanggapan konsumen terhadap media sosial produk XL Axiata di D3 Manajemen Pemasaran angkatan 2014-2015 dan angkatan 2015-2016 dengan skor 75,31% yang artinya termasuk baik sedangkan menurut tanggapan konsumen terhadap media sosial produk Indosat Ooredoo di D3 Manajemen Pemasaran 2014-2015 dan angkatan 2015-2016 dengan skor 73,49% yang artinya termasuk baik, tetapi disini tetap yang lebih unggul adalah media sosial XL Axiata dibandingkan media sosial Indosat Ooredoo.

Kata kunci: Media sosial