

ABSTRAK

Pergeseran pola konsumsi dalam berkomunikasi, yang sebelumnya didominasi oleh layanan legacy (suara dan sms), seiring berkembangnya era digital, maka porsi konsumsi data broadband meningkat cukup signifikan. Operator selular untuk layanan broadband mulai mengoptimalkan jaringan 4G-LTE sejak 2014. Manfaat yang dapat dirasakan sangat banyak terutama akses data, download dan upload dalam volume yang besar, streaming anti buffering dan berbagai manfaat lainnya. Namun penetrasi pengguna 4G yang masih perlu ditingkatkan mengingat pertumbuhannya tidak setinggi pembangunan infrastruktur yang digelar oleh Telkomsel. Potensi pelanggan untuk ber-migrasi menjadi pengguna 4G digali lebih lanjut dalam penelitian ini.

Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis faktor-faktor penentu proses migrasi ke layanan 4G. Studi ini mengusulkan model modifikasi baru berdasarkan *Unified Theory of Acceptance dan Use of Technology* (UTAUT). Keterjangkauan Layanan, Keterjangkauan Perangkat, Konten dan Proses telah ditambahkan sebagai faktor baru dalam model UTAUT yang dimodifikasi ini.

Metode pengumpulan data dilakukan melalui penyebaran kuesioner dengan menggunakan aplikasi Googledocs kepada 439 pelanggan Telkomsel yang belum migrasi ke layanan 4G dengan teknik purposive sampling. Teknik analisis yang dipakai untuk menginterpretasikan dan menganalisis data dalam penelitian adalah dengan teknik *Partial Least Squares - Structural Equation Modeling* (PLS-SEM).

Berdasarkan hasil pengolahan data, diperoleh bahwa penilaian pelanggan terhadap variabel *Behavioural Intention* (BI), *Performance Expectancy* (PE), *Content* (C), *Effort Expectancy* (EE), *Social Influence* (SI) dan *Facilitating Conditions* (FC), menunjukkan penilaian yang tinggi. Dan berdasarkan hasil analisis data dapat disimpulkan bahwa model tersebut dapat diterima dengan terbuktinya variabel-variabel *Performance Expectancy* (PE), *Content* (C), *Effort Expectancy* (EE), *Affordability of Devices* (AD), *Social Influence* (SI) dan *Process* (P) berpengaruh signifikan terhadap *Behavioral Intention* (BI).

Berdasarkan hasil penelitian, dalam rangka meningkatkan niat perilaku pelanggan untuk migrasi ke layanan 4G, Telkomsel harus meningkatkan *content* yang terkait dengan aktivitas *mobile* yang sering diakses pelanggan maupun yang sesuai dengan kebutuhan pelanggan. Telkomsel juga perlu meningkatkan *campaign* atau promosi keunggulan 4G serta melakukan *improvement* terhadap program kolaborasinya bersama dengan *device partner* dalam memperluas penyediaan smartphone 4G dengan harga terjangkau.

Kata Kunci : *4G migration, Measurement Adoption, Behavioral Intention, Modified UTAUT.*