

ABSTRAK

ANALISIS FAKTOR YANG MEMPENGARUHI NIAT MEMBELI ULANG PAKET APLIKASI MAXSTREAM PADA PELANGGAN TELKOMSEL REGIONAL CENTRAL JABOTABEK

Mu'tiaul Fathoni

16/407240/PEK/22475

Penelitian ini dilandasi berdasarkan data kinerja penjualan paket aplikasi Maxstream di Wilayah Regional Central Jabotabek yang tidak adanya peningkatan penjualan paket Aplikasi Maxstream di Wilayah Regional Central Jabotabek. Menurut data internal perusahaan, pelanggan di Wilayah Central Jabotabek memiliki konsumsi penggunaan paket data internet terbesar sehingga perlu mengetahui factor-faktor apa saja yang bisa mempengaruhi minat beli kembali pelanggan pada paket aplikasi Maxstream tersebut, dan diperlukan beberapa inovasi perusahaan untuk meningkatkan penjualan paket aplikasi tersebut.

Penelitian tesis ini menggunakan metode kuantitatif, dimana peneliti menyebarkan sejumlah angket terhadap responden yang merupakan pelanggan Telkomsel yang sudah pernah membeli paket aplikasi Maxstream dengan populasi sejumlah 250 AB. Teknik pengambilan sampel yang digunakan adalah *non-probability sampling*.

Hasil penelitian ini menunjukkan terdapat beberapa variabel yang mempengaruhi faktor-faktor Niat Pembelian Ulang. Untuk variabel yang mempengaruhi Niat Pembelian Ulang antara lain Nilai Kinerja, Nilai Uang, Nilai Emosional, Nilai Sosial, Konfirmasi, Kepuasan dan Kebiasaan. Untuk Variabel yang tidak mempengaruhi adalah Alternatif Gratis untuk Aplikasi Berbayar, Penilaian Positif Rating Aplikasi .

Kata kunci: Telkomsel, Maxstream, Nilai Kinerja, Nilai Uang, Nilai Sosial, Nilai Emosional, Konfirmasi, Kepuasan, Kebiasaan, Alternatif Gratis Aplikasi Berbayar, Penilaian Positif Rating Aplikasi, Minat Beli Kembali.

ABSTRACT

ANALYSIS OF FACTORS AFFECTING THE INTENTION TO REPURCHASE THE MAXSTREAM APPLICATION PACKAGE IN TELKOMSEL CUSTOMERS CENTRAL JABOTABEK REGION

Mu'tiaul Fathoni

16/407240/PEK/22475

This research is based on data on the performance of Maxstream application package sales in the Region Central Jabotabek in the absence of an increase in Maxstream Application package sales in the Region Central Jabotabek. According to company internal data, customers in the Region Central Jabotabek have the largest consumption of internet data packages so that they need to know what factors can influence customer repurchase interest in the Maxstream application package, and some company innovation is needed to increase sales of the application package.

This thesis research uses a quantitative method, in which the researcher distributes a number of questionnaires to respondents who are Telkomsel customers who have already purchased a Maxstream application package with a population of 250. The sampling technique used is non-probability sampling.

The results of this study indicate that there are several variables that influence the factors of intention to repurchase. For variables that affect Repurchase Intention, among others are Performance Value, Money Value, Emotional Value, Social Value, Confirmation, Satisfaction and Habits. For variables that do not affect are Free Alternatives for Paid Applications, Positive Rating for Application Ratings.

Keywords: Telkomsel, Maxstream, Performance Value, Money Value, Social Value, Emotional Value, Confirmation, Satisfaction, Habits, Free Alternative Paid Applications, Positive Rating Application, Intention to Repurchase.