

## ABSTRAKSI

Layanan seluler GSM menjadi pilihan bagi masyarakat Indonesia, selain karena jangkauan layanannya yang luas juga disebabkan karena kualitas layanan utama (*voice*) dari teknologi ini lebih baik jika dibandingkan dengan CDMA. Data pada akhir tahun 2007 menunjukkan bahwa dari 96 juta pelanggan, 90% nya adalah pelanggan dari layanan seluler GSM ([www.telkom.info](http://www.telkom.info)).

Beberapa periode belakangan ini terjadi fenomena unik, dimana terdapat gap antara jumlah pelanggan yang semakin meningkat sepanjang tahun dengan penurunan ARPU (*Average Rate Per User*). Salah satu penyebabnya yaitu strategi “perang harga” antar operator. Hal ini dilakukan dengan tujuan menarik pelanggan baru dan mempertahankan pelanggan yang sudah ada. Namun kualitas layanan menjadi salah satu kriteria yang mulai terabaikan.

Melalui penelitian ini akan diidentifikasi kriteria apa saja yang mempengaruhi pelanggan dalam memilih layanan prabayar sebuah operator GSM, selanjutnya dilakukan perancangan layanan untuk kartu prabayar GSM berdasarkan pada model kriteria pemilihan tersebut.

Dalam penelitian ini, pengumpulan data dilakukan dengan metode survey melalui penyebaran kuesioner kepada pelanggan prabayar GSM di wilayah Bandung Tengah. Penyebaran kuesioner dilakukan dengan metode *quota sampling* dan *convenience sampling*. Pertanyaan dalam kuesioner terdiri dari tiga bagian. Bagian pertama bertujuan untuk penyaringan responden (*screening*), dimana responden dibatasi mulai dari usia 16 tahun (pelajar SMA/ sederajat ) s/d pekerja. Bagian dua berisi profil responden, sedangkan bagian ketiga berisi penilaian *preferensi* responden terhadap 8 kriteria pemilihan layanan prabayar, yang meliputi : *Harga/tariff*, *Kenyamanan/Convenience*, *Teknologi*, *Layanan utama/Core service*, *Service encounter*, *Rekomendasi dari pihak lain*, *Reputasi*, dan *Kefamiliaran merek/Brand familiarity*. Responden menyatakan preferensi mereka terhadap indikator-indikator dari 8 kriteria pemilihan yang diajukan dalam kuesioner dengan menggunakan 6 poin skala *Likert*.

Data profil responden dianalisis dengan menggunakan statistika deskriptif. Sedangkan data preferensi pelanggan terhadap indikator-indikator pada masing-masing kriteria pemilihan dianalisis dengan menggunakan metoda WAS (*Weighted Average Score*), dimana kriteria yang memiliki *score* tingkat kepentingan tertinggi akan menjadi peringkat pertama/berada pada urutan pertama dari kriteria pemilihan layanan prabayar GSM.

Hasil penelitian, baik secara keseluruhan maupun segmentasi pelanggan berdasarkan profesi (segmen pelajar dan mahasiswa dan segmen pekerja) memperlihatkan bahwa *core service*, *service encounter*, dan teknologi sebagai tiga kriteria utama dalam pemilihan layanan prabayar GSM. Sedangkan *harga/tariff* berada pada urutan ke-4 untuk segmen pelajar dan mahasiswa, bahkan hanya berada pada urutan ke-6 pada segmen pekerja.

**Kata kunci** : prabayar GSM, *tariff*, *convenience*, *technology*, *core service*, *service encounter*, rekomendasi dari pihak lain, reputasi, *brand familiarity*.