

ABSTRAK

Seiring perkembangan zaman maka lahir sebuah inovasi yang menggabungkan fasilitas layanan akses internet, *interactive tv* dan produk tambahan yang berbeda-beda pada tiap layanan *triple play*. Setiap tahunnya produk atau layanan *triple play* terus mengalami pertumbuhan pelanggan yang ditunjukkan oleh angka target pelanggan dan juga pendapatan yang sudah dicapai dalam beberapa tahun kebelakang. Pertumbuhan pelanggan tersebut tentunya tidak lepas dari bagaimana preferensi masyarakat terhadap layanan *triple play* di Indonesia.

Tujuan dari penelitian ini adalah mengetahui preferensi konsumen dalam memilih layanan *triple play* di Indonesia. Preferensi konsumen yang diteliti pada penelitian ini adalah atribut merek, kecepatan internet, *interactive tv*, produk tambahan dan harga layanan.

Penelitian ini menggunakan metode kuantitatif, dengan tipe penyelidikan deskriptif yang bertujuan eksplanatif. Teknik analisis yang digunakan pada penelitian ini adalah analisis konjoin dengan teknik pengambilan *sample* yang digunakan adalah *convenience sampling* dengan jumlah *sample* sebanyak 385 orang yang merupakan pengguna layanan *triple play* di Indonesia dan teknik pengumpulan data menggunakan penyebaran kuesioner dilakukan secara *online* melalui media sosial.

Materi penelitian ini terkait pembelajaran perilaku konsumen dan manajemen bisnis. Penelitian ini menggunakan teori perilaku konsumen sebagai *grand theory* dan terfokus pada pembahasan preferensi. Hasil dari penelitian ini menemukan bahwa atribut yang paling penting dalam layanan *triple play* pada penelitian ini adalah merek, lalu level yang paling diminati oleh konsumen layanan *triple play* adalah IndiHome pada atribut merek. Kombinasi atau karakteristik terbaik untuk penyedia jasa layanan terbaik berdasarkan preferensi konsumen adalah merek penyedia layanan *triple play* yaitu IndiHome, kecepatan internet produk *wifi* dalam layanan *triple play* sebesar *up to* 30 Mbps, layanan *interactive tv* yang memiliki 124 *channels* dengan keseluruhan *channels* berkualitas HD (*high definition*), produk tambahan layanan *triple play* dalam bentuk telepon rumah lokal dan interlokal, dan memiliki harga layanan sebesar Rp. 375.000-Rp. 425.000.

Hasil dari penelitian ini diharapkan dapat dijadikan masukan bagi penyedia layanan *triple play* dalam mengkombinasikan fitur layanannya agar dapat mempertahankan kualitasnya dan dapat mengembangkan layanan yang dimiliki untuk kedepannya, khususnya pada merek penyedia layanan IndiHome, First Media dan BizNet. Selain itu, penelitian ini diharapkan dapat menjadi menjadi bahan referensi untuk penelitian selanjutnya yang berkaitan dengan preferensi konsumen layanan *triple play*.

Kata Kunci: Preferensi Konsumen, Layanan *Triple Pay*, Analisis Konjoin.