

Analysis of Gen Z Preferences for Network Operator Using Conjoint Analysis, Case Study: X Company = Analisis Preferensi Gen Z Terhadap Operator Jaringan Menggunakan Analisis Conjoint, Studi Kasus: Perusahaan X

Silitonga, Petrina Rain, author

Deskripsi Lengkap: <https://lib.ui.ac.id/detail?id=9999920541093&lokasi=lokal>

Abstrak

Indonesia memiliki pengguna internet yang didominasi oleh pemuda atau kaum yang tergolong sebagai Generasi Z. Perusahaan X sebagai network operator memiliki kendala yaitu kurang memanfaatkan pasar Gen Z sebagai pengguna produknya yang bernama "AX". Produk operator "AX" yang memang ditargetkan untuk Gen Z memiliki beberapa fitur unik yang berbeda dibandingkan dengan kompetitor. Akan tetapi, hal ini nyatanya tidak dihiraukan oleh pengguna dan bukanlah hal yang menarik bagi masyarakat yang belum menggunakan "AX". Penelitian ini mencoba untuk mencari tahu preferensi Gen Z terhadap suatu produk operator. Metode empathy digunakan untuk mengenal lebih dalam dengan pasar. Kemudian dilanjutkan dengan metode analisa konjoin untuk menemukan kombinasi fitur produk operator yang paling disenangi oleh Gen Z. Dari hasil penelitian, diketahui bahwa Gen Z memilih untuk menggunakan operator yang menyediakan internet untuk semua aplikasi serta adanya pulsa tidak terbatas untuk SMS dan telp ke nomor sesama operator. Jumlah paket data yang paling disenangi adalah dengan jumlah 6-10 GB dalam waktu satu bulan serta memiliki value added service berupa paket roaming untuk penggunaan di luar Indonesia. Terakhir, Gen Z memilih untuk mendapatkan layanan kustomer menggunakan metode informasi yang sudah disediakan atau Frequently Asked Question.

.....Indonesia has internet users who are dominated by Generation Z. X Company as a network operator has the problem of underutilizing the Gen Z market as users of its product called "AX". The "AX" operator product, which is targeted at Gen Z, has several unique features that are different compared to the competitors. However, this is in fact ignored by users and is not an interesting thing for people who have not used "AX". This research tries to find out Gen Z's preferences for operator products. The empathy method is used to get to know the market better. Continued with the conjoint analysis to find the combination of operator product features that are most favored by Gen Z. From the research results, it is known that Gen Z chooses to use operators that provide internet for all and unlimited call with SMS for same operator. The most preferred amount of data package is the amount of 6-10 GB within one month and has value added service in the form of roaming packages for use outside Indonesia. Finally, Gen Z prefers to get customer service using the information provided or Frequently Asked Question method.