

## **ABSTRAK**

Persaingan antar operator telepon selular di Indonesia akhir-akhir ini semakin marak. Hal ini disebabkan oleh prospek yang menjanjikan untuk berbisnis dalam sektor telekomunikasi ini. Para operator telepon selular seperti Flexi, Esia dan Fren pun kian gencar mempromosikan produknya agar dapat menarik perhatian konsumen dan mendapatkan pangsa pasar yang besar.

Atribut produk adalah suatu kelebihan yang membedakan satu produk dari produk lainnya. Ada tiga tipe dari atribut produk yaitu fitur, manfaat, dan fungsi. Atribut produk yang dicari oleh konsumen adalah atribut produk yang dapat memberikan manfaat bagi konsumen tersebut. Konsumen akan memilih produk yang memiliki atribut yang dapat memenuhi kebutuhan, keinginan, atau bahkan dapat melebihi harapan konsumen. Keberadaan dari atribut yang dianggap penting oleh konsumen ini menjadi kondisi yang harus diperhatikan oleh produsen untuk dapat bersaing dengan produsen produk lain yang memiliki produk serupa.

Dari hasil kuesioner yang disebarakan secara random kepada mahasiswa Fakultas Ekonomi Unpar, dapat disimpulkan bahwa persepsi konsumen pada atribut produk Flexi dan Esia umumnya hanya berfokus pada harga saja. Konsumen lebih banyak yang memilih untuk memakai Esia daripada Flexi karena promosi Esia yang menawarkan talk time antar sesama Esia yang sangat murah (Rp1.000/jam).

Menurut pendapat saya, adalah sangat penting bagi produsen untuk mengidentifikasi elemen dari atribut produk yang dianggap penting bagi pengguna operator telepon selular. Saran saya bagi produsen Flexi adalah agar produsen Flexi menciptakan nilai tambah dalam produknya yang dapat membedakan Flexi dari produk lainnya untuk kemudian menarik konsumen agar menggunakan Flexi. Untuk produsen Esia, saya menyarankan agar produsen Esia melakukan pengembangan produk dan melakukan perbaikan terus-menerus agar konsumen tidak beralih ke produk lain yang sejenis.