

ABSTRAK

Samuel Anggono

Thesis

Analisis Konjoin Preferensi Konsumen Terkait Penjualan Produk B2B Melalui
Mobile Application

PT Cellcius Indoperkasa adalah perusahaan yang bergerak dibidang penjualan produk secara B2B. Proses penjualan dilakukan dengan menyebarkan *sales force*, atau dengan kata lain konsultan produk perusahaan secara langsung kepada pihak *customer*, yang terdiri atas *owner*, kontraktor, konsultan pembangunan, dan pimpinan teknik. Dengan adanya kebutuhan untuk mengembangkan usaha yang disertai dengan konteks tualisasi dengan karakteristik pelaku usaha mendorong PT Cellcius untuk memanfaatkan media daring melalui penerapan aplikasi seluler. Untuk dapat mengetahui secara jelas, peneliti memutuskan untuk mengadakan penelitian analisis konjoin preferensi kustomer terkait penjualan produk B2B melalui aplikasi seluler. Penelitian ini bertujuan untuk melihat reaksi customer terhadap proses transaksi daring produk B2B. Melalui aplikasi seluler, transaksi produk B2B menjadi lebih praktis dan efisien. Selain fitur jual beli secara daring, aplikasi seluler ini juga memiliki beberapa fitur pendukung sebagai berikut, *pertama*, fitur *live chat* dengan para konsultan produk perusahaan untuk memperoleh respon yang lebih cepat dan akurat; *kedua*, fitur pendukung seperti kalkulator dan kamus teknik yang berfungsi untuk mempermudah pekerjaan target kustomer, yang dalam penelitian ini dibatasi pada kategori *owner* sebagai pemegang keputusan tertinggi, dalam menghitung kebutuhan jumlah dan harga material yang mereka butuhkan untuk proyek mereka termasuk harga jasa tukang dan mandor; *ketiga*, fitur untuk mengetahui perkembangan proyek pembangunan secara nyata di lapangan milik kustomer; dan *keempat*, fitur *reward point* yang dapat diperoleh dari penukaran poin hasil akumulasi pembelian material dari perusahaan peneliti. Keberadaan fitur-fitur tersebut di atas dipengaruhi oleh tren transaksi jual beli secara daring sangat populer di kalangan masyarakat. Rumusan masalah dalam penelitian ini adalah, *pertama*, bagaimana preferensi masyarakat terhadap aplikasi seluler terbaru dari PT Cellcius; *kedua*, kombinasi opsi fitur dan pelayanan apa saja yang menjadi preferensi masyarakat dalam menggunakan aplikasi seluler tersebut? Untuk dapat menjawab rumusan masalah tersebut maka peneliti menggunakan pendekatan deskriptif kuantitatif dengan menyebarkan kuisisioner yang ditujukan kepada pihak *owner* perusahaan yang membeli produk B2B dari PT Cellcius. Hasil analisis konjoin menunjukkan bahwa keberadaan aplikasi seluler PT Cellcius dinilai menarik dan bermanfaat bagi *customer*, dengan atribut kemudahan berkomunikasi dengan pihak konsultan produk perusahaan berupa *live chat* merupakan layanan yang dinilai paling penting bagi kustomer, dan atribut kedua yang dinilai penting bagi kustomer adalah fitur *reward point*. Kombinasi stimuli yang paling diminati oleh kustomer adalah kemudahan komunikasi menggunakan fitur *live chat*, fitur kalkulator teknik, fitur untuk mengetahui perkembangan proyek pembangunan secara nyata di lapangan dalam hal instalasi, dan fitur *reward point* yang dapat ditukarkan dengan diskon atas produk B2B PT Cellcius

Keyword: B2B, Feature, Communication, *Reward*, Status.