

ANALISIS FAKTOR WORD OF MOUTH, PENGALAMAN KONSUMEN DAN KEPUASAN KONSUMEN YANG MEMPENGARUHI KEPUTUSAN KONSUMEN GEN Z DALAM MEMILIH PROVIDER SELULAR

**Felix Tanoto¹ Stacey Tanori²
Program Studi Manajemen
Faculty of Economy, Universitas Prima Indonesia**

Abstrak

Generasi Z sebagai digital natives sangat bergantung pada internet dan cenderung memilih provider selular berdasarkan kualitas jaringan, kecepatan, serta pengalaman pengguna yang baik. Meskipun XL Axiata menawarkan harga paket yang kompetitif, berbagai keluhan terkait kestabilan sinyal, kecepatan internet, dan layanan pelanggan menyebabkan menurunnya minat Gen Z. Selain itu, pengaruh word of mouth negatif di media sosial, pengalaman konsumen yang kurang memuaskan, serta rendahnya tingkat kepuasan pelanggan turut mendorong perpindahan pengguna ke provider lain seperti Telkomsel yang dianggap lebih stabil. Hal ini menunjukkan bahwa kualitas layanan dan kepuasan konsumen menjadi faktor utama dalam menentukan keputusan pembelian Gen Z terhadap provider selular. Penelitian ini dilakukan di Universitas Prima Indonesia dengan pendekatan kuantitatif bersifat kausal untuk menganalisis pengaruh word of mouth, pengalaman konsumen, dan kepuasan konsumen terhadap keputusan pembelian. Sampel sebanyak 96 responden ditentukan menggunakan rumus Lemeshow dengan teknik accidental sampling. Data yang digunakan berupa data primer dan sekunder yang dianalisis menggunakan regresi linier berganda. Berdasarkan hasil penelitian, dapat disimpulkan bahwa word of mouth, pengalaman konsumen, dan kepuasan konsumen masing-masing berpengaruh terhadap keputusan konsumen Gen Z dalam memilih provider selular, serta secara simultan ketiga variabel tersebut juga memiliki pengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian.

Kata Kunci: Word of Mouth, Pengalaman Konsumen, Kepuasan Konsumen, Keputusan Konsumen