

## ABSTRAK

Pada awal Desember 2014 mulai diberitakan bahwa flexi mengalami kemunduran dan akan menutup layanan tersebut dan mengganti produk flexi tersebut menjadi produk telkomsel sehingga konsumen harus menerima resiko-resiko ketika melakukan penggantian produk flexi ke produk telkomsel. Pada penelitian ini menggunakan 4 faktor awal setelah dilakukan survey dan 23 indikator yang digunakan untuk mencari dan mengetahui faktor resiko yang dominan muncul yang diterima konsumen setelah penggantian produk flexi ke produk telkomsel.

Penelitian ini bertujuan menganalisis faktor resiko yang diterima konsumen setelah penggantian produk flexi ke produk telkomsel. Penelitian ini merupakan penelitian kuantitatif. Populasi pada penelitian ini adalah Masyarakat kota Bandung yang masih menggunakan produk tersebut. Pengumpulan sampel dilakukan dengan menyebarkan kuesioner, menggunakan metode *nonprobability sampling* dengan teknik *insidental sampling* kepada 100 orang yang telah melakukan penggantian produk. Penelitian ini menggunakan teknik analisis faktor untuk mencari faktor resiko yang diterima konsumen setelah penggantian produk flexi ke produk telkomsel.

Hasil penelitian ini menunjukkan terdapat empat faktor yang terbentuk dalam mendorong faktor resiko yang diterima konsumen setelah penggantian produk flexi ke produk telkomsel khususnya pada masyarakat yang masih menggunakan produk tersebut adalah 1) Faktor Fungsional sebesar 43,6 %, 2) Faktor Waktu sebesar 7,83%, 3) Faktor Finansial sebesar 6,24%, 4) Faktor Psikologis sebesar 4,95%. Sehingga, total *percentage of variance* dari ke empat faktor tersebut adalah sebesar 62,62%. Artinya, ke empat faktor tersebut dapat menjelaskan 62,62% dari seluruh faktor asli atau variabel awal dan terdapat faktor lain sebesar 37,38% yang juga menjadi pendorong resiko yang diterima konsumen setelah penggantian produk flexi ke produk telkomsel pada masyarakat kota Bandung yang masih menggunakan produk tersebut.

Dapat disimpulkan bahwa selama masa transisi flexi menuju telkomsel terdapat empat faktor dari hasil penelitian. keempat faktor tersebut sudah mewakili keragaman variabel-variabel asal, yang mana faktor dominan disebabkan oleh faktor fungsional. Sehingga konsumen merasakan perubahan dari fungsi produk setelah melakukan penggantian dari produk flexi ke produk telkomsel.

**Kata Kunci : Analisis Faktor, Faktor Resiko, Penggantian Produk**