

ABSTRAK

Semakin maju perkembangan zaman dan tingginya mobilitas manusia, sebagai makhluk social manusia membutuhkan alat komunikasi yang dapat memudahkan komunikasi manusia dari jarak jauh. Maka dari itu operator seluler hadir sebagai salah satu penyedia jasa layanan internet berbasis teknologi 4G LTE di Indonesia.

Tujuan dari penelitian ini untuk mencari factor yang mempengaruhi konsumen dalam memilih operator seluler Smartfren di Indonesia. Penelitian ini menggunakan metode kuantitatif dan pengumpulan data menggunakan kuesioner. Jumlah sampel dari penelitian ini yaitu 400 responden. Item kuesioner berjumlah 56 pernyataan dan menggunakan alat ukur skala *likert*. Teknik analisis dalam penelitian ini adalah analysis factor.

Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa terdapat 2 faktor baru yang membuat konsumen memilih operator seluler Smartfren. Faktor tersebut adalah faktor pilihan merek 36.952% dan faktor budaya 32.989% dengan total *percentage of variance* dari kedua faktor tersebut sebesar 69,941%. Yang mana faktor pertama yaitu faktor pilihan merek, pilihan produk, pilihan penyalur, waktu atau saat pembelian, metode pembayaran, dan faktor yang kedua yaitu faktor budaya, faktor psikologis, pribadi, dan social

Kata Kunci: Analisis Faktor, *Confirmatory Factor Analysis*