

ABSTRAK

Persaingan yang ketat dalam pemasaran kertas thermal terjadi antara merk Thermaroll dan Telstrukfax. Kertas thermal merk Thermaroll dan Telstrukfax ini sama – sama di produksi oleh Pt. Dwi Indah. Dari segi harga jual Telstrukfax ini lebih murah tetapi penjualannya di bawah Thermaroll yang harga jualnya lebih mahal , tujuan penelitian ini untuk mengetahui perilaku konsumen terhadap pemilihan kertas thermal merk Thermaroll dibandingkan Telstrukfax serta mengetahui faktor pendukung dan faktor penghambat. Jenis penelitian ini adalah penelitian kualitatif. Sumber data penelitian adalah sumber data primer dan sekunder. Teknik pengumpulan data menggunakan wawancara semi terstruktur. Fokus wawancara untuk mengetahui perilaku konsumen dalam memilih kertas thermal merk Thermaroll dan Telstrukfax. Teknik analisis data yang digunakan *open coding*, *axial coding*, dan *selective coding*. Temuan dalam penelitian ini menunjukkan sebagian besar responden lebih memilih kertas thermal merk Thermaroll dibandingkan Telstrukfax dilihat dari kemampuan hasil cetak, kemampuan hasil cetakan untuk di scan barcode, ketahanan hasil cetak setelah di print , dari kemasannya, dari panjang kertasnya. Responden yang memilih kertas thermal merk Telstrukfax dibandingkan Thermaroll hanya berdasarkan kepraktisan saja. Berdasarkan analisis perilaku konsumen ukuran yang kebanyakan dibeli konsumen uk 80x80, konsumen membeli kertas thermal dari pada struk hvs karena lebih cepat dan hemat biaya, konsumen membeli kertas thermal sebelum mereka kehabisan, penggunaan kertas thermal pun beragam ada untuk nota kasir, grafik medis, mesin antrian , dan kertas parkir. Tempat membelinya kebanyakan dari distributor.

Kata Kunci : Kertas Thermal, Thermaroll, Telstrukfax, Perilaku Konsumen

ABSTRACT

There is intense competition between the brands Thermaroll and Telstrukfax. These thermal paper brands Thermaroll and Telstrukfax are both produced by Pt. Dwi Indah. The price Telstrukfax is cheaper but the number of purchased items are below sales Thermaroll which is more expensive. the purpose of this study is to know consumer behavior towards the selection of Thermaroll brand thermal paper, compared with Telstrukfax also to find out supporting factors and inhibiting factors. This type of research is qualitative research. Sources of research data are primary and secondary data sources. Data collection techniques using semi-structured interviews. The focus of the interview is to determine consumer behavior in choosing thermal paper brands Thermaroll and Telstrukfax. Data analysis techniques used are open coding, axial coding, and selective coding. The findings in this study indicate that most respondents prefer Thermaroll brand thermal paper over Telstrukfax in terms of printability, printability for barcode scanning, durability of print output after printing, from packaging, from the length of the paper. Respondents who chose the thermal paper brand Telstrukfax compared with Thermaroll only based on it's simple application. Based on the analysis of consumer behavior, the size of which is mostly bought by consumers is 80x80 mm, consumers buy thermal paper instead of HVS receipts because it is faster and more cost effective, consumers buy thermal paper before they run out of it, the use of thermal paper also varies there for cashier notes, medical charts, queuing machines , and paper parking. Where to buy most of them from distributors.

Keywords: Thermal Paper, Thermaroll, Telstrukfax, Consumer Behavior