

## ABSTRAK

### **PENGARUH FAKTOR BERPINDAH TERHADAP PEMUTUSAN LAYANAN INTERNET PERUMAHAN PADA PROVIDER XYZ**

**M. Syarif Ritonga**

**17/417474/FEK/23037**

Koneksi Internet menjadi kebutuhan primer di era digital. Banyak kemudahan yang bisa dilakukan mulai dari pencarian informasi, berkomunikasi, hingga berbelanja. Pertumbuhan jumlah pengguna Internet di Indonesia juga berkembang pesat mencapai 171 juta atau 64,8% dari total penduduk Indonesia (Riset APJII, 2018). Hal ini mampu menarik perusahaan penyedia layanan Internet untuk masuk ke pasar Indonesia bersaing dengan provider lain, satu diantaranya adalah provider XYZ. Selain berkompetisi untuk mendapatkan pelanggan baru, provider XYZ dan kompetitor juga dituntut untuk dapat mempertahankan pelanggan yang mereka punya agar tidak berhenti berlangganan dan berpindah ke provider (*churn*). Karena biaya untuk mengakuisisi pelanggan jauh lebih tinggi dibandingkan mempertahankan pelanggan yang ada sampai dengan lima kali lipat (Thaicon, et.al., 2016).

Salah satu strategi yang dilakukan provider XYZ untuk mempertahankan pelanggannya agar tidak berpindah adalah dengan memberikan kompensasi kepada pelanggan yang memiliki kecenderungan berpindah. Namun cara ini tidak menyelesaikan permasalahan tingginya *churn rate* secara menyeluruh dan jangka panjang. Penelitian ini adalah penelitian kuantitatif menggunakan regresi logistik multinomial yang meneliti penyebab berpindahnya pelanggan provider XYZ ke penyedia jasa lain mengacu pada tulisan Keaveney tentang *customer switching behaviour* pada industri jasa. Variabel bebas pada penelitian ini adalah tujuh faktor penyebab berpindahnya pelanggan, sedangkan variabel bebasnya adalah status pelanggan provider XYZ yaitu berpindah, aktif dengan kompensasi, dan aktif tanpa kompensasi. Berdasarkan hasil regresi dari data yang berhasil dikumpulkan, faktor-faktor yang memengaruhi pelanggan provider XYZ berpindah layanan adalah harga, kegagalan layanan, dan respon kegagalan layanan. Sedangkan faktor ketidaknyamanan, kegagalan interaksi, kompetisi, dan masalah etika tidak berpengaruh secara signifikan.

Kata kunci: provider Internet, berpindah, kompensasi

## ABSTRACT

### ***SWITCHING BEHAVIOUR IMPACT TO RESIDENTIAL INTERNET SERVICES TERMINATION OF XYZ PROVIDER***

**M. Syarif Ritonga**

**17/417474/FEK/23037**

*Internet connection is a primary need in the digital age. Many conveniences can be done starting from information searching, communicating, to shopping. Growth in the number of Internet users in Indonesia is also growing rapidly reaching 171 million or 64.8% of the total population of Indonesia (APJII Research, 2018). This is able to attract Internet service provider companies to enter the Indonesian market to compete with other providers, one of which is the XYZ provider. In addition to competing to get new customers, XYZ providers and competitors are also required to be able to keep the customers they have so as not to stop subscribing and move to the provider (churn). Because the cost of acquiring customers is far higher than retaining existing customers up to five times (Thaicon, et.al., 2016).*

*Strategy done by XYZ providers to keep their customers from moving is to provide compensation to customers who have a tendency to move. However, this method does not solve the problem of high churn rate as a whole and in the long run. This research is a quantitative study using multinomial logistic regression that examines the cause of the transfer of XYZ provider customers to other service providers referring to Keaveney's writing about customer switching behavior in the service industry. The independent variables in this study are the seven factors that cause the customer to move, while the independent variable is the status of the XYZ provider customers that is churn, active with compensation, and active without compensation. Based on the regression results from data collected by the author, the factors that influence XYZ provider customers switching services are price, service failure, and service failure response. While the discomfort, interaction failure, competition, and ethical issues do not significantly influence.*

*Keywords: Internet provider, churn, compensation*