

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

Perkembangan teknologi informasi dan komunikasi pada era digital saat ini berlangsung sangat pesat serta didukung oleh kemajuan internet yang semakin luas (*International Telecommunication Union*, 2023). Bagi masyarakat, internet tidak hanya digunakan untuk mencari informasi, tetapi juga menjadi sarana utama dalam bekerja, belajar, berbisnis dan berinteraksi sosial. Transformasi digital tersebut mendorong perubahan pola hidup masyarakat menuju ketergantungan yang semakin tinggi terhadap konektivitas internet yang stabil, cepat, dan mudah diakses. Kondisi ini menegaskan bahwa keberadaan layanan internet memiliki peran strategis dalam meningkatkan produktivitas dan efisiensi masyarakat modern.

Di Indonesia, kebutuhan akan akses internet terus mengalami peningkatan yang signifikan. Berdasarkan data Asosiasi Penyelenggara Jasa Internet Indonesia (APJII) menunjukkan bahwa tingkat penetrasi internet meningkat dari 78,19% pada tahun 2023 menjadi 80,66% pada tahun 2025, dengan jumlah pengguna mencapai lebih dari 229 juta jiwa. Peningkatan ini mencerminkan semakin besarnya ketergantungan masyarakat terhadap layanan internet dalam mendukung aktivitas ekonomi, pendidikan, dan hiburan. Dalam hal ini dapat menjadi peluang pasar yang besar bagi

perusahaan penyedia layanan internet atau *Internet Service Provider (ISP)* untuk memperluas jangkauan dan meningkatkan kualitas layanannya.

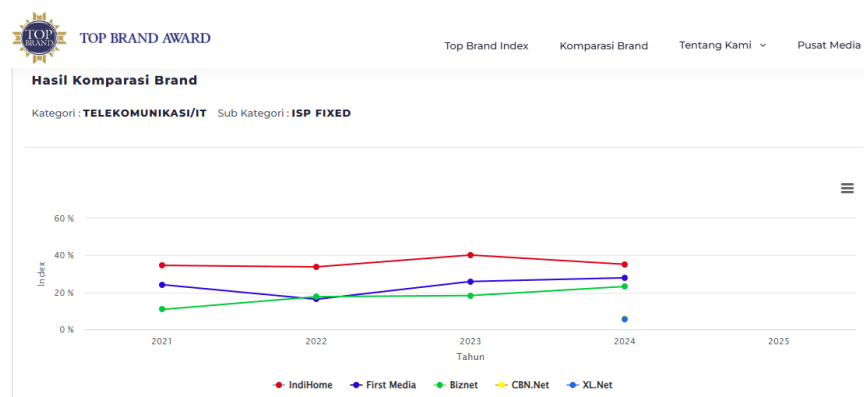


Gambar 1 1 Pertumbuhan Tingkat Penetrasi Internet di Indonesia Tahun 2023-2025

Sumber : Data APJII (2023-2025)

Seiring dengan meningkatnya kebutuhan internet, persaingan antar ISP di Indonesia juga semakin ketat. Berbagai penyedia layanan internet berlomba-lomba menawarkan kualitas jaringan, variasi produk, jenis layanan, serta harga yang kompetitif untuk menarik dan mempertahankan pelanggan. Menurut Kotler dan Keller (2020), dalam industri jasa, kualitas pelayanan dan keberagaman produk menjadi faktor penting dalam menciptakan nilai bagi pelanggan dan membangun keunggulan kompetitif. Konsumen cenderung membandingkan berbagai alternatif yang tersedia sebelum memutuskan untuk menggunakan suatu layanan, sehingga perusahaan dituntut untuk mampu memahami kebutuhan dan preferensi pasar secara tepat.

Penyedia layanan internet yang populer di Indonesia yaitu IndiHome berdasarkan survey data Top Brand Indeks, (2023). IndiHome dulunya dikenal dengan nama *Speedy*. IndiHome adalah singkatan dari *Indonesia Digital Home* yang diluncurkan pada 19 desember 2013. IndiHome dulunya dimiliki oleh Telkom Indonesia, namun saat ini IndiHome diambil alih oleh Telkomsel sejak 1 Juli 2023. IndiHome telah berhasil dalam memperluas jangkauan bisnisnya hingga dapat disebut sebagai top brand dalam provider internet di Indonesia, dengan total pelanggan B2C dan B2B sebesar 11,3 juta pelanggan dan total pelanggan seluler hingga 158,4 juta pelanggan (Telkomsel, 2023). Keberhasilan IndiHome yang dinilai sebagai salah satu top brand *provider* internet di Indonesia memang menunjukkan capaian luar biasa dalam hal penguasaan pasar dan kepercayaan pelanggan dilihat dari grafik komparasi dengan brand lain pada gambar dibawah.



Gambar 1 2 grafik Top Brand Isp Tahun 2021-2024

Sumber : (Top Brand Award : www.topbrand-award.com)

Pencapaian IndiHome tidak serta-merta berjalan dengan mulus tanpa hambatan karena, dalam persaingan bisnis yang dinamis dan kompetitif posisi sebagai pemimpin pasar selalu diiringi dengan munculnya berbagai pesaing baru yang berupaya menawarkan layanan sejenis dengan inovasi, strategi harga, serta variasi produk yang lebih menarik konsumen atau pelanggannya. Sehingga dalam hal ini menjadi tantangan tersendiri bagi IndiHome.

Munculnya pesaing baru IndiHome seperti MyRepublic, Biznet, First Media, MNC Play, Iconnet, dan lain sebagainya membuat masyarakat memiliki banyak alternatif dalam memilih berbagai jenis layanan internet yang tersedia. Beberapa aspek yang menjadi pertimbangan masyarakat dalam memilih provider internet dilihat dari berbagai penawaran keunggulan yang dimiliki masing-masing provider, terutama dari aspek kualitas jaringan dan kualitas layanan yang diberikan. Hal ini sejalan dengan pendapat Parasuraman, Zeithaml, dan Berry (2017) yang menyatakan bahwa kualitas layanan merupakan faktor utama dalam membentuk persepsi dan kepuasan pelanggan pada industri jasa. Selain itu, variasi produk yang ditawarkan serta harga yang ditetapkan oleh masing-masing provider juga menjadi bahan pertimbangan penting, karena konsumen cenderung membandingkan manfaat yang diperoleh dengan biaya yang dikeluarkan (Kotler & Keller, 2020). Oleh karena itu, masyarakat akan mempertimbangkan seluruh aspek tersebut secara menyeluruh untuk memastikan bahwa provider internet yang dipilih benar-benar sesuai dengan kebutuhan dan memberikan nilai terbaik, khususnya bagi masyarakat di Kota Surabaya.

Kota Surabaya merupakan kota besar dengan total penduduk yang diperkirakan hingga 3.137.620 jiwa (Badan Pusat Statistik, 2025), besarnya jumlah penduduk tersebut juga berdampak pada peningkatan kebutuhan masyarakat akan akses internet yang cepat, stabil dan dapat diandalkan. Menurut Kotler dan Keller (2020), tingkat kebutuhan dan kepadatan penduduk di suatu wilayah berpengaruh terhadap intensitas penggunaan layanan jasa, termasuk layanan internet. Sama seperti wilayah lain, di Kota Surabaya juga tersedia berbagai layanan ISP yang beragam seperti, IndiHome, MNC Play, MyRepublic, Biznet, First Media, Iconnet, dan lain sebagainya. Masyarakat memiliki keleluasaan dalam menentukan layanan yang menurut mereka paling sesuai dengan kebutuhan dan memberikan manfaat terbaik.

IndiHome sebagai salah satu top brand penyedia layanan internet di Indonesia dituntut untuk terus meningkatkan kualitas layanannya guna mempertahankan pelanggannya di tengah kondisi pasar yang semakin kompetitif. Namun, beberapa laporan dan keluhan pelanggan menunjukkan bahwa layanan IndiHome sering mengalami penurunan kualitas, khususnya dalam hal stabilitas jaringan dan respons penanganan gangguan, yang pada akhirnya dapat menurunkan tingkat kepuasan pelanggan. Menurut Kotler dan Keller (2016), ketidakpuasan pelanggan yang disebabkan oleh kinerja layanan yang tidak sesuai dengan harapan dapat meningkatkan risiko kehilangan pelanggan. Sejalan dengan itu, Zeithaml et al (2018) menyatakan bahwa kegagalan layanan serta penanganan keluhan yang tidak efektif dapat memicu ketidakpuasan yang berujung pada keputusan pelanggan untuk beralih ke penyedia jasa

lain (*brand switching*). Dengan demikian, apabila kualitas layanan yang dirasakan pelanggan IndiHome tidak konsisten, maka kecenderungan pelanggan untuk berpindah ke provider lain akan semakin besar.

INDOPOS.CO.ID – Pengguna layanan internet, Indihome mengeluhkan terjadi gangguan selama beberapa hari atau sejak awal Juni 2025. Keluhan serupa terjadi di media sosial X (dulunya Twitter).

Salah satu pengguna berdomisili di Kemandoran, Kebayoran Lama, Jakarta Selatan Rohim (45) mengaku jaringan internetnya tidak lancar. Sehingga aktivitas kerjanya ketika membuat laporan menjadi terganggu.

"Ini di kantor tidak ada akses internet. Gangguannya sudah seminggu," kata Rohim di Jakarta, Rabu (11/6/2025).

Padahal pembayaran tagihan internet selalu dilakukan per bulan. Ia memang belum mengajukan keluhan melalui berbagai platform media sosial maupun call center. Namun, permasalahan itu telah dikeluhkan rekan kerjanya.

Keluhan serupa dirasakan sebagian warganet. Dua di antaranya akun X @dears*** dan @getur***. Mereka menilai penanganan dari teknisi Indihome lambat.

Gambar 1 3 Komplain Pengguna IndiHome Terkait Gangguan Internet Tahun 2025

(Sumber : indoposco.id)

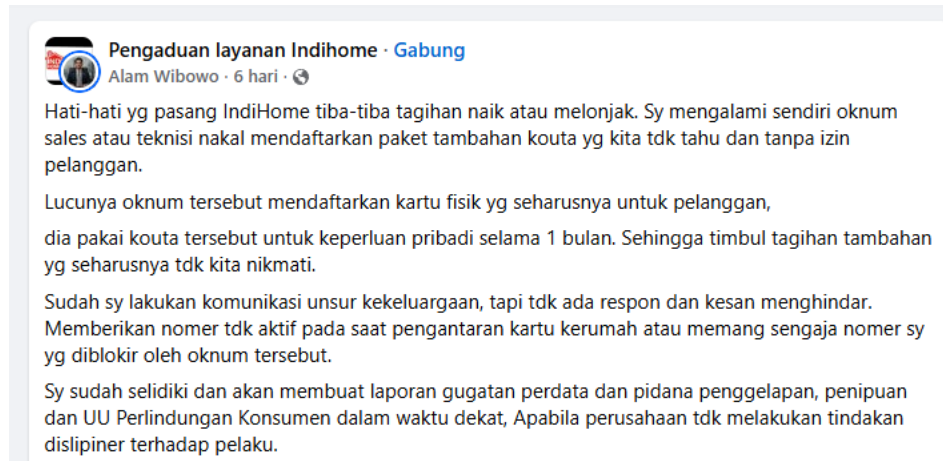
JawaPos.com – Sejak Rabu (17/11) pagi, layanan internet **Indihome** dikeluhkan **lambat** dan bermasalah. Banyak pengguna mengeluhkan **jaringan internet** Indihome mereka lemot.

Di Twitter, Indihome yang bermasalah sampai Rabu (17/11) siang terpantau duduk di trending nomor dua paling banyak dibicarakan oleh warganet.

Cukup banyak keluhan mengenai jaringan IndiHome dari Telkom itu, ada yang merasakan koneksinya berjalan sangat lambat bahkan ada yang sampai down.

Gambar 1 4 Komplain Pengguna IndiHome Terkait Gangguan Internet Tahun 2025

(Sumber : JawaPos.com)



Gambar 1 5 Komplain Pengguna IndiHome di Media Social Facebook Tahun 2025

(Sumber : *Media Social Facebook*)

Dari gambar tersebut menjelaskan bahwa, layanan provider dari IndiHome sangat kerap mengalami gangguan, mulai dari lemahnya koneksi internet, penambahan paket yang menimbulkan tambahnya tagihan tanpa sepengetahuan konsumen, server down, hingga penanganan complain yang cukup lama dalam penanganannya. Hal tersebut membuat kualitas layanan yang diberikan menjadi kurang optimal dan dapat membuat pelanggan merasa kecewa.

Kualitas pelayanan IndiHome yang kerap mengalami gangguan, terutama dalam hal stabilitas jaringan dan kecepatan respons penanganan masalah, membuat sebagian pelanggan merasa kecewa dan mulai mempertanyakan keandalan layanan tersebut. Dalam kondisi pasar yang semakin kompetitif, masyarakat tidak hanya menilai layanan internet berdasarkan apa yang diberikan IndiHome, tetapi juga

membandingkannya dengan berbagai provider lain seperti Biznet, MyRepublic, First Media, MNC Play, Iconnet, dll yang dikenal menawarkan jaringan lebih stabil, variasi paket yang lebih beragam, serta struktur harga yang sering dianggap lebih terjangkau.

Tabel 1. Perbandingan Produk dan Harga dari Beberapa Provider Internet

Provider	Paket Ekonomis	Paket Menengah	Paket Premium
IndiHome	Paket 50 Mbps Internet Only, Harga start from Rp300–350 ribu/bln	Paket 100 Mbps / Internet + TV, Harga start from Rp375–425 ribu/bln	Paket 200 Mbps / Triple Play (internet + TV + Telepon), Harga start from Rp500–600 ribu/bln
Biznet	Paket 50 Mbps Internet Only, Harga start from Rp250–300 ribu/bln	Paket Internet 150 Mbps, Harga start from Rp375–425 ribu/bln	Paket Internet kecepatan 300+ Mbps, Harga start from Rp500–600 ribu/bln
MyRepublic	Paket Value Internet Only Kecepatan 50 Mbps, Harga start from Rp280–330 ribu/bln)	Paket Internet 100–150 Mbps + TV / Gamer, Harga start from Rp380–430 ribu/bln	Paket Internet kecepatan 300 Mbps, Harga start from Rp500–600 ribu/bln
First Media	Paket 50 Mbps Internet Only, Harga start from Rp300–350 ribu/bln)	Paket 100 Mbps Internet + TV, Harga start from Rp400–450 ribu/bln	Paket 300 Mbps, dengan bundling internet + TV kabel premium, harga start from Rp550–650 ribu/bln
MNC Play	Paket 50 Mbps Internet Only, Harga start from Rp300–350 ribu/bln	Paket 100 Mbps Internet + TV, Harga start from Rp400–450 ribu/bln	Paket 300 Mbps, dengan bundling internet + TV kabel premium, harga start from Rp550–650 ribu/bln
Iconnet	Paket 20–50 Mbps Internet Only, Harga start from Rp200–250 ribu/bln	Paket internet only kecepatan 100 Mbps, Harga start from Rp300–350 ribu/bln	Paket internet only 200 Mbps, Harga start from Rp450–500 ribu/bln

(Sumber : Website Resmi Provider yang Diambil Tahun 2025)

Berdasarkan Tabel 1, dapat diketahui bahwa masing-masing provider internet menawarkan paket layanan mulai dari kategori ekonomis hingga premium dengan perbedaan variasi produk dan kisaran harga yang cukup signifikan. Perbandingan

tersebut menunjukkan adanya perbedaan strategi penawaran layanan, baik dalam bentuk layanan internet saja (*internet only*) maupun paket bundling yang mengombinasikan internet dengan layanan tambahan seperti TV kabel dan telepon. Variasi ini memberikan alternatif pilihan yang beragam bagi konsumen dalam menentukan provider internet yang sesuai dengan kebutuhan mereka. Namun demikian, jika dibandingkan dengan provider lain, IndiHome terlihat memiliki variasi produk yang relatif lebih terbatas karena sebagian besar paket layanannya masih berfokus pada skema bundling tertentu, khususnya pada kategori menengah dan premium. Selain itu, kisaran harga yang ditawarkan IndiHome cenderung lebih tinggi pada setiap kategori paket dibandingkan beberapa provider pesaing yang menawarkan kecepatan internet setara atau lebih tinggi dengan harga yang lebih kompetitif. Kondisi tersebut berpotensi membentuk persepsi harga yang kurang menguntungkan di benak konsumen.

Sehingga dalam hal ini semakin memperkuat fenomena terjadinya *brand switching* pada layanan internet, khususnya pada pengguna IndiHome. Dengan didukung oleh data Asosiasi Penyelenggara Jasa Internet Indonesia (2023) yang menunjukkan meningkatnya penetrasi internet di Indonesia diiringi dengan bertambahnya jumlah penyedia layanan internet, sehingga konsumen memiliki lebih banyak alternatif pilihan untuk berpindah layanan. Kondisi tersebut berdampak pada kinerja penjualan IndiHome, dimana meningkatnya perpindahan merek (*brand*

switching) berpotensi menurunkan jumlah pelanggan aktif serta memengaruhi pertumbuhan pendapatan perusahaan.

Ketika konsumen menilai bahwa kualitas layanan yang diterima belum sebanding dengan harga yang dibayarkan serta pilihan produk yang tersedia kurang fleksibel, maka kecenderungan untuk berpindah ke provider lain yang menawarkan alternatif layanan yang lebih sesuai akan semakin meningkat. Didukung dengan kondisi pasar internet di Surabaya yang sangat kompetitif dan pilihan provider yang semakin beragam, fenomena perpindahan pelanggan IndiHome ke brand lain menjadi semakin mungkin terjadi. Berdasarkan fenomena, permasalahan, dan penjelasan yang diuraikan, peneliti tertarik untuk meneliti **“PENGARUH KUALITAS PELAYANAN, VARIASI PRODUK, DAN PERSEPSI HARGA TERHADAP BRAND SWITCHING PROVIDER INDIHOME DI KOTA SURABAYA”**

1.2 Rumusan Masalah

1. Apakah Kualitas Pelayanan Berpengaruh Negatif Signifikan Terhadap *Brand Switching* Provider Indihome di Kota Surabaya?
2. Apakah Variasi Produk Berpengaruh Negatif Signifikan Terhadap *Brand Switching* Provider Indihome di Kota Surabaya?
3. Apakah Persepsi Harga Berpengaruh Negatif Signifikan Terhadap *Brand Switching* Provider Indihome di Kota Surabaya?

1.3 Tujuan

1. Menganalisis Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap *Brand Switching* Provider Indihome di Kota Surabaya
2. Menganalisis Pengaruh Variasi Produk Terhadap *Brand Switching* Provider Indihome di Kota Surabaya
3. Menganalisis Pengaruh Persepsi Harga Terhadap *Brand Switching* Provider Indihome di Kota Surabaya

1.4 Manfaat

Berdasarkan uraian latar belakang dan rumusan masalah yang telah disampaikan, penelitian ini diharapkan dapat memberikan manfaat dari segi teoritis maupun praktis, sebagai berikut :

1. Manfaat Teoritis :
 - a. Memberikan kontribusi pada pengembangan ilmu manajemen pemasaran, khususnya mengenai faktor-faktor yang memengaruhi *brand switching*.
 - b. Memperkuat teori terkait pengaruh kualitas pelayanan, variasi produk, dan persepsi harga terhadap keputusan perpindahan merek atau *brand switching*.
 - c. Menjadi referensi bagi penelitian selanjutnya yang mengkaji perilaku konsumen pada layanan internet atau industri jasa lainnya.

2. Manfaat Praktis :

- a. Bagi IndiHome dapat digunakan sebagai dasar evaluasi untuk meningkatkan kualitas pelayanan, menambah variasi paket, dan menyesuaikan harga agar lebih kompetitif.
- b. Bagi Provider Kompetitor yang serupa dapat menjadi informasi strategis untuk memahami kebutuhan dan preferensi pelanggan dalam merancang produk yang lebih menarik.
- c. Bagi Konsumen dapat memberikan wawasan dalam mempertimbangkan faktor layanan, produk, dan harga sebelum memilih provider internet.
- d. Bagi Akademisi dapat menjadi sumber referensi tambahan dalam pembelajaran dan penelitian terkait *brand switching* dan perilaku konsumen.