

**PENGARUH KUALITAS PELAYANAN, VARIASI PRODUK, DAN PERSEPSI HARGA
TERHADAP *BRAND SWITCHING* PROVIDER INDIHOME DI KOTA SURABAYA**

SKRIPSI



Diajukan Oleh :

EGA RIFA RISTIANA

22012010090/FEB/EM

PROGRAM STUDI MANAJEMEN

FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS

UNIVERSITAS PEMBANGUNAN NASIONAL "VETERAN" JAWA TIMUR

2026

**PENGARUH KUALITAS PELAYANAN, VARIASI PRODUK, DAN PERSEPSI HARGA
TERHADAP *BRAND SWITCHING* PROVIDER INDIHOME DI KOTA SURABAYA**

SKRIPSI

**Diajukan Untuk Memenuhi Sebagian Persyaratan
Dalam Memperoleh Gelar Sarjana Manajemen**



Diajukan Oleh :

EGA RIFA RISTIANA

22012010090/FEB/EM

PROGRAM STUDI MANAJEMEN

FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS

UNIVERSITAS PEMBANGUNAN NASIONAL "VETERAN" JAWA TIMUR

2026

SKRIPSI

**PENGARUH KUALITAS PELAYANAN, VARIASI PRODUK, DAN PERSEPSI HARGA
TERHADAP BRAND SWITCHING PROVIDER INDIHOME DI KOTA SURABAYA**

Disusun Oleh:
EGA RIFA RISTIANA
22012010090/FEB/EM

Telah Dipertahankan Dihadapan Dan
Diterima Oleh Tim Penguji Skripsi
Program Studi Manajemen Fakultas Ekonomi dan Bisnis
Universitas Pembangunan Nasional Veteran Jawa Timur Pada
Tanggal: 14 Juli 2026

Dosen Pembimbing

Tim Penguji Ketua


Reiga Ritomiea Ariescy, S.E., M.M.


Dr. Dra. Ec. Tri Kartika Pertiwi, M.Si., CRP

NIP. 199211232018031001

NIP. 196304201991032001

Anggota


Raden Jhonny Hadi Raharjo, S.E., M.M

NPT. 20119841209227

Mengetahui,
Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis
Universitas Pembangunan Nasional "Veteran" Jawa Timur


Dr. Dra. Ec. Tri Kartika Pertiwi, M.Si., CRP
NIP. 196304201991032001

SURAT PERNYATAAN BEBAS PLAGIASI

Saya yang bertanda tangan dibawah ini :

Nama : Ega Rifa Ristiana
NPM : 22012010090
Program : Sarjana (S1)
Program Studi : Manajemen
Fakultas : Ekonomi dan Bisnis

Menyatakan bahwa dalam dokumen ilmiah Skripsi ini tidak terdapat bagian dari karya ilmiah lain yang telah diajukan untuk memperoleh gelar akademik di suatu lembaga Pendidikan Tinggi, dan juga tidak terdapat karya atau pendapat yang pernah ditulis atau diterbitkan oleh orang/lembaga lain, kecuali yang secara tertulis disitasi dalam dokumen ini dan disebutkan secara lengkap dalam daftar pustaka.

Dan saya menyatakan bahwa dokumen ilmiah ini bebas dari unsur-unsur plagiasi. Apabila dikemudian hari ditemukan indikasi plagiat pada Skripsi ini, saya bersedia menerima sanksi sesuai dengan peraturan perundang-undangan yang berlaku.

Demikian surat pernyataan ini saya buat dengan sesungguhnya tanpa ada paksaan dari siapapun juga dan untuk dipergunakan sebagaimana mestinya.

Surabaya, 03 Juli 2026

Yang Membuat Pernyataan



Ega Rifa Ristiana
NPM. 22012010090

KATA PENGANTAR

Puji dan syukur penulis panjatkan kepada Allah SWT atas ridha-Nya penulis dapat menyelesaikan penyusunan skripsi yang berjudul **“Pengaruh Kualitas Pelayanan, Variasi Produk, Dan Persepsi Harga Terhadap *Brand Switching* Provider Indihome Di Kota Surabaya**”. Penelitian ini disusun sebagai salah satu syarat akademik dalam memperoleh gelar Sarjana Manajemen (S.M.) pada Program Studi Manajemen, Fakultas Ekonomi dan Bisnis, Universitas Pembangunan Nasional “Veteran” Jawa Timur. Adapun tujuan dari penelitian ini adalah untuk menganalisis Pengaruh Kualitas Pelayanan, Variasi Produk, Dan Persepsi Harga Terhadap Brand Switching Provider Indihome Di Kota Surabaya.

Penyusunan penelitian ini tidak terlepas dari dukungan, bimbingan, serta motivasi dari berbagai pihak yang telah berkontribusi dalam proses akademik dan penelitian ini. Oleh karena itu, penulis ingin menyampaikan penghargaan dan rasa terima kasih yang sebesar-besarnya kepada semua pihak yang telah memberikan arahan dan dukungan, baik secara akademik maupun moral, selama proses penyusunan penelitian ini. Secara khusus, penulis menyampaikan apresiasi yang sebesar-besarnya kepada :

1. Bapak Prof. Dr. Ir. Akhmad Fauzi, MMT., IPU selaku Rektor Universitas Pembangunan Nasional “Veteran” Jawa Timur yang telah memberikan

dukungan serta menciptakan lingkungan akademik yang kondusif bagi seluruh mahasiswa dalam mengembangkan ilmu pengetahuan.

2. Ibu Dr. Dra. Ec. Tri Kartika Pertiwi, M.Si, CRP selaku Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Pembangunan Nasional “Veteran” Jawa Timur.
3. Ibu Prof. Dr. Wiwik Handayani selaku dosen wali dan Koordinator Program Studi Manajemen Universitas Pembangunan Nasional “Veteran” Jawa Timur.
4. Bapak Reiga Ritomiea Ariescy S.E., M.M. selaku dosen Pembimbing Skripsi yang senantiasa membantu dan memberikan arahan bagi penulis.
5. Seluruh Dosen Program Studi Manajemen dan Staf Karyawan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Pembangunan Nasional “Veteran” Jawa Timur.
6. Kedua orang tua ayah dan ibu yang selalu melimpahkan kasih sayang, dukungan moral dan materi, serta doa yang tidak pernah putus dalam setiap proses perjalanan penulis. Bukan penulis yang hebat, tapi kalian yang lebih hebat.
7. Untuk mbak risma, yang selalu memberikan support, motivasi, dan doa dalam setiap proses yang penulis lalui.
8. Teman – teman dan orang terdekat (yannira, mila, balqis, dian, faris, ridho, seluruh teman bina desa kelurahan pakal 2024) dan teman lain yang tidak bisa penulis sebutkan satu persatu. Terimakasih karena telah memberikan dukungan

dan menemani proses perjalanan penulis. Untuk segala cerita, support, dan doa di dalam perjalanan perkuliahan penulis.

9. Seluruh responden dalam penelitian ini, yang telah bersedia dengan sukarela untuk membantu dalam memperoleh data serta informasi yang penulis butuhkan.

Dalam penelitian skripsi ini penulis menyadari bahwa masih jauh dari kata sempurna baik dari segi teknis maupun penyusunan penulisan. Oleh sebab itu, penulis mengharapkan kerendahan hati bagi pembaca untuk memberikan kritik dan saran yang membangun agar dapat diperbaiki dan disempurnakan di kemudian hari. Akhir kata, penulis berharap semoga skripsi ini dapat bermanfaat bagi semua pihak. Penulis mengucapkan terima kasih dan semoga Allah SWT Senantiasa memberikan Rahmat bagi kita semua.

Surabaya, 29 Juni 2026

Penulis

DAFTAR ISI

KATA PENGANTAR.....	i
DAFTAR GAMBAR.....	vii
DAFTAR TABEL	viii
ABSTRAK	ix
BAB I PENDAHULUAN.....	1
1.1 Latar Belakang	1
1.2 Rumusan Masalah	10
1.3 Tujuan.....	11
1.4 Manfaat.....	11
BAB II TINJAUAN PUSTAKA.....	13
2.1 Penelitian Terdahulu.....	13
2.2 Landasan Teori	16
2.2.1 Manajemen Pemasaran	16
2.2.2 Kualitas Layanan.....	18
2.2.3 Variasi Produk	21
2.2.4 Persepsi Harga	25
2.2.5 <i>Brand Switching</i>	29
2.3 Pengaruh Antar Variabel	33
2.3.1 Pengaruh Kualitas Layanan Terhadap <i>Brand Switching</i>	33
2.3.2 Pengaruh Variasi Produk Terhadap <i>Brand Switching</i>	35
2.3.3 Pengaruh Persepsi Harga Terhadap <i>Brand Switching</i>	36
2.4 Kerangka Konseptual	38
2.5 Hipotesis Penelitian	39
BAB III METODOLOGI PENELITIAN	40

3.1 Definisi Operasional.....	40
3.1.1 Definisi Operasional Variabel.....	40
3.1.2 Skala Pengukuran Variabel.....	48
3.2 Teknik Penentuan Sampel	49
3.2.1 Populasi Penelitian.....	49
3.2.2 Sampel Penelitian.....	50
3.3 Metode Pengumpulan Data	51
3.3.1 Jenis Data	51
3.3.2 Teknik Pengumpulan Data.....	52
3.4 Teknik Analisis dan Uji Hipotesis.....	52
3.4.1 Teknik Analisis	52
3.4.2 Cara Kerja Partial Least Square	53
3.4.3 Langkah-langkah Partial Least Square (PLS).....	53
3.4.4 Asumsi Partial Least Square (PLS).....	57
3.4.5 Uji Hipotesis	58
BAB IV HASIL DAN PEMBAHASAN	61
4.1 Gambaran Umum Objek Penelitian	61
4.1.1 Profil Objek Penelitian.....	61
4.2 Karakteristik Responden	63
4.2.1 Deskripsi Berdasarkan Usia Responden	63
4.2.2 Deskripsi Berdasarkan Jenis Kelamin Responden	64
4.2.3 Deskripsi Berdasarkan Lama Penggunaan Provider IndiHome	64
4.2.4 Deskripsi Berdasarkan Provider Yang Digunakan Setelah <i>Brand Switching</i>	66
4.3 Deskripsi Hasil Penelitian	67
4.3.1 Deskripsi Variabel Kualitas Layanan.....	67
4.3.2 Deskripsi Variabel Variasi Produk.....	72
4.3.3 Deskripsi Variabel Persepsi Harga	73
4.3.4 Deskripsi Variabel <i>Brand Switching</i>	75

4.4.3 Uji Hipotesis (Pengaruh Langsung)	82
4.5 Pembahasan	84
4.5.1 Pengaruh Kualitas Layanan Terhadap <i>Brand Switching</i>	84
4.5.2 Pengaruh Variasi Produk Terhadap <i>Brand Switching</i>	86
4.5.3 Pengaruh Persepsi Harga Terhadap <i>Brand Switching</i>	86
BAB V KESIMPULAN DAN SARAN	91
5.1 Kesimpulan	91
5.2 Saran	92
DAFTAR PUSTAKA	94
LAMPIRAN	104

DAFTAR GAMBAR

Gambar 1 1 Pertumbuhan Tingkat Penetrasi Internet di Indonesia	2
Gambar 1 2 grafik Top Brand Isp Tahun 2021-2024.....	3
Gambar 1 3 Komplain Pengguna IndiHome Terkait Gangguan Internet	6
Gambar 1 4 Komplain Pengguna IndiHome Terkait Gangguan Internet	6
Gambar 1 5 Komplain Pengguna IndiHome di Media Social Facebook	7
Gambar 1 6 Diagram Jalur Penelitian	54

DAFTAR TABEL

Tabel 1. Perbandingan Produk dan Harga dari Beberapa Provider Internet	8
Tabel 2. Nilai Skala Likert	49
Tabel 3. Karakteristik Responden Berdasarkan Usia.....	63
Tabel 4. Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis Kelamin	64
Tabel 5. Karakteristik Responden Berdasarkan Lama Penggunaan Provider IndiHome	65
Tabel 6. Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis Provider Setelah Berpindah Merek (<i>Brand Switching</i>).....	66
Tabel 7. Frekuensi hasil Jawaban Responden Variabel Kualitas Layanan	67
Tabel 8. Frekuensi hasil Jawaban Responden Variabel Variasi Produk	72
Tabel 9. Frekuensi hasil Jawaban Responden Variabel Persepsi Harga	73
Tabel 10. Frekuensi hasil Jawaban Responden Variabel <i>Brand Switching</i>	75
Tabel 11. Nilai <i>Outer Loading</i>	76
Tabel 12. Nilai <i>Cross Loading</i>	78
Tabel 13. <i>Construct Reliability</i>	79
Tabel 14. <i>R-Square</i>	81
Tabel 15. Uji Kausalitas (Inner Weight)	82

**PENGARUH KUALITAS PELAYANAN, VARIASI PRODUK, DAN
PERSEPSI HARGA TERHADAP *BRAND SWITCHING* PROVIDER
INDIHOME DI KOTA SURABAYA**

Oleh

EGA RIFA RISTIANA
22012010090/FEB/EM

ABSTRAK

Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis pengaruh kualitas pelayanan, variasi produk, dan persepsi harga terhadap *brand switching* pelanggan provider IndiHome di Kota Surabaya. Sampel penelitian ini adalah mantan pengguna provider IndiHome yang telah melakukan perpindahan merek ke provider lain, dengan usia minimal 21 tahun, pernah menggunakan provider IndiHome minimal 1 tahun, dan pengguna skala rumahan atau residensial. Penelitian ini menggunakan pendekatan kuantitatif. Teknik pengambilan sampel menggunakan *purposive sampling* dengan jumlah sampel sebanyak 115 responden. Pengumpulan data dilakukan melalui penyebaran kuesioner, sedangkan analisis data menggunakan *Structural Equation Modeling–Partial Least Square* (SEM-PLS). Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa persepsi harga merupakan faktor yang paling dominan dalam memengaruhi keputusan pelanggan untuk melakukan *brand switching* pada layanan IndiHome di Kota Surabaya.

Kata Kunci: Kualitas Pelayanan, Variasi Produk, Persepsi Harga, *Brand Switching*, IndiHome