

ABSTRAK

Kebutuhan masyarakat atas layanan komunikasi untuk mendapatkan informasi yang *up to date* telah menyebabkan kenaikan pengguna Internet di Indonesia secara Signifikan. Kenaikan tersebut memicu persaingan ketat antar perusahaan penyedia jasa Internet dalam menarik konsumen baru dan mempertahankan pelanggan yang sudah ada, oleh karena itu setiap *provider* berlomba-lomba untuk memberikan fasilitas dan kepuasan yang terbaik bagi pelanggannya, hal ini dilakukan agar pelanggan loyal terhadap perusahaan dan tidak terjadinya *Churn*. Telkom sebagai perusahaan *Incumbent* menyelenggarakan penyedia jasa Internet memiliki produk Telkom Speedy, diharapkan dapat mempertahankan pelanggannya dengan mengetahui terlebih dahulu faktor-faktor yang menyebabkan pelanggan melakukan perpindahan (*Churn*).

Penelitian ini menggunakan metode survey dengan jumlah responden 400 orang di kota Bandung yang menggunakan Layanan Telkom Speedy. Teknik analisis penelitian ini menggunakan *Confirmatory Factor Analysis (CFA)* dengan mengidentifikasi faktor-faktor penyebab *Churn* dengan dimensi yang digunakan : masalah pentarifan/harga (*pricing*), masalah ketidaknyamanan/ketidak senangan (*inconvenience*), kegagalan inti layanan (*Core Services Failure*), kegagalan dalam pemberian pelayanan (*services Encounter failure*), tanggapan terhadap kegagalan pelayanan (*response to services failure*), saingan (*competition*), faktor Estetis (*Ethical Problem*), faktor peralihan diluar inisiatif (*Involuntary Switch*). Dan masalah terminal (*Equipment Problem*).

Dari Hasil penelitian ini, didapat bahwa besarnya *R Square* pada masing-masing dimensi adalah sebagai berikut: masalah pentarifan/harga (*pricing*) sebesar 0,9234, masalah ketidaknyamanan/ketidak senangan (*inconvenience*) sebesar 0,8956, kegagalan inti layanan (*Core Services Failure*) sebesar 0,9048 , kegagalan dalam pemberian pelayanan (*services encounter failure*) sebesar 0,8574, tanggapan terhadap kegagalan pelayanan (*response to services failure*) sebesar 0,8648 , persaingan (*competition*) sebesar 0,6761, faktor Estetis (*Ethical Problem*) sebesar 0,9398, faktor peralihan diluar inisiatif (*Involuntary Switch*) sebesar 0,7596 . Dan masalah terminal (*Equipment Problem*) sebesar 0,4621 .

Kesimpulan dari penelitian ini adalah Dari kesembilan dimensi disimpulkan bahwa dimensi *ethical problems*, paling dominan dalam menentukan *churn* pada *customer* Telkom Speedy di kota Bandung.