

---

## PENGARUH *PRODUCT* DAN *PRICE* TERHADAP *INTENTION TO SWITCH* KONSUMEN *SPEEDY* (STUDI KASUS PERUMAHAN TAMAN AIRIS PEKANBARU)

Roni Chandra  
STMIK Dharmapala Riau  
Email : ironchandra.1983@gmail.com

### Abstrak

Tujuan utama pada penelitian yaitu *product* berpengaruh terhadap *intention to switch speedy* pada perumahan Taman Airis Pekanbaru, *price* berpengaruh terhadap *intention to switch speedy* pada perumahan Taman Airis Pekanbaru. Populasi pada penelitian ini yaitu kepala keluarga yang ada di Taman Airis Pekanbaru, dengan sampel penelitian sebesar 50 orang responden. Teknik analisis data dengan menggunakan regresi berganda. Maka hasil penelitian ini adalah *product* berpengaruh positif dan signifikan terhadap *intention to switch* konsumen *speedy* pada perumahan Taman Airis Pekanbaru. *Price* berpengaruh positif dan signifikan terhadap *intention to switch* konsumen *speedy* pada perumahan Taman Airis Pekanbaru, dan *product* dan *price* berpengaruh positif dan signifikan terhadap *intention to switch* konsumen *speedy* pada perumahan Taman Airis Pekanbaru.

**Kata kunci:** *Product, Price dan Intention to Switch*

### Abstract

*The main objective of this research is that the product influences the intention to switch speedy at Perumahan Taman Airis Pekanbaru, price affects the intention to switch speedy at Perumahan Taman Airis Pekanbaru. The population in this study is the head of the family in Perumahan Taman Airis Pekanbaru, with a sample of 50 respondents. Data analysis technique using multiple regression. So the results of this study are that the product has a positive and significant effect on the intention to switch speedy consumers at Taman Airis Pekanbaru housing. Price has a positive and significant effect on the intention to switch speedy consumers at Perumahan Taman Airis Pekanbaru, and product and price have a positive and significant effect on the intention to switch speedy consumers at Perumahan Taman Airis Pekanbaru.*

**Keywords:** *Product, Price and Intention to Switch*

### 1. PENDAHULUAN

Di era globalisasi ini, komunikasi merupakan hal yang paling penting dan tidak dapat ditinggalkan oleh masyarakat, sehingga membuat komunikasi antar warga negara di seluruh dunia menjadi tidak terbatas. Kebutuhan akan komunikasi di masyarakat memberikan peluang bagi penyelenggara jasa telekomunikasi untuk memberikan layanan telekomunikasi kepada masyarakat.

*Speedy* adalah penyedia jasa Internet yang dimiliki oleh Telkom Indonesia. *Speedy* berbasis teknologi akses *asymmetric digital subscriber line* (ADSL) dan *gigabit passive optical network* (GPON) dengan menggunakan jaringan fiber optik sampai ke rumah atau Fiber to the home (FTTH). Berbeda dengan layanan Internet dengan koneksi akses Internet putar-nomor seperti Telkom Net Instan, *Speedy* menggunakan saluran telepon yang dapat dipergunakan untuk menelepon bersamaan dengan mengakses Internet. Untuk dapat menikmati fasilitas menelepon dan internet secara simultan, pelanggan *Speedy* harus menggunakan *splitter* yang dapat memisahkan saluran telepon dan saluran modem. Selain itu, menyetujui ketentuan yang berlaku di Plasa Telkom setempat.

Telkom Speedy adalah jasa penyedia internet maka kualitas dari produk Telkom Speedy ini terletak pada kapasitas ataupun dari segi aspek kecepatannya. Telkom Speedy memiliki beberapa jenis varian seperti paket Mail (Limited 15 jam 1 Mb/s) dengan kecepatan 1 Mb/s downstream dan 256 kb/s upstream dan harga yang murah, paket ini ditujukan untuk pengenalan Internet, atau untuk pengguna yang jarang menggunakan Internet tetapi menginginkan koneksi yang cepat. Paket Chat (Limited 50 jam 1 Mb/s) dengan kecepatan 1 Mb/s downstream dan 256 kb/s upstream dan harga yang terjangkau, dapat melakukan koneksi internet dengan kecepatan tinggi dengan durasi yang lebih panjang. Paket Socialia (Unlimited 384 kb/s) dengan kecepatan 384 kb/s downstream dan 96 kb/s upstream dan paket Load (Unlimited 512 kb/s) dengan kecepatan 512 kb/s downstream dan 128 kb/s upstream tanpa batas waktu, dapat berinternet sepuasnya untuk browsing maupun chatting. Paket Familia (Unlimited 1 Mb/s) dengan kecepatan 1 Mb/s downstream dan 256 kb/s upstream, serta alokasi kapasitas ke gateway internasional yang lebih besar, paket ini ditargetkan bagi para profesional, atau bagi penggunaan internet rumah tangga yang dishare hingga ke 10 pengguna. Paket Executive (Unlimited 2 Mb/s) dengan kecepatan 2 Mb/s downstream dan 512 kb/s upstream, serta alokasi kapasitas ke gateway internasional yang lebih besar, paket ini ditargetkan untuk keperluan bisnis dan perkantoran dengan penggunaan Internet yang di-share hingga ke 20 pengguna. Dan paket Biz (Unlimited 3 Mb/s) dengan kecepatan 3 Mb/s downstream dan 512 kb/s upstream, serta alokasi kapasitas ke gateway internasional yang lebih besar, paket ini ditargetkan untuk keperluan bisnis dan perkantoran dengan penggunaan internet yang dishare hingga lebih dari 30 pengguna (Vineza,2015)

Dengan munculnya persaingan, perusahaan penyedia telepon seluler dan jaringan internet mulai menerapkan strategi pemasaran dan berinovasi dalam harga dan kualitas untuk menarik dan mempertahankan konsumen. Hal ini menyebabkan promosi berlebihan dan mungkin kekecewaan konsumen, kekecewaan tersebut akan dapat menimbulkan atau merubah niat atau mengalihkan niat kepada konsumen. Menurut Kura et al (2012) *intention to switch* adalah rasa ketidakpuasan konsumen terhadap layanan dapat mengakibatkan kata negatif dari mulut ke mulut dan dapat mengakibatkan tanggapan pihak ketiga untuk beralih ke yang lain. Dalam proses *intention to switch* dapat dipengaruhi oleh produk itu sendiri maupun harga atau *price*. Penelitian ini bersifat penelitian replikasi yang didasarkan pada penelitian sebelumnya yaitu Nelloh (2011) dengan hasil penelitiannya adalah menunjukkan bahwa kualitas layanan berpengaruh signifikan dan positif terhadap kepuasan, serta memiliki pengaruh yang negatif signifikan terhadap switching intention. Namun, kepuasan pelanggan tidak mampu memberikan pengaruh yang signifikan pada switching intention. Implikasi manajerial dalam penelitian ini sebaiknya meningkatkan kualitas layanan untuk meningkatkan kualitas layanan dan menurunkan switching intention pengguna jasa layanan rumah kos di Siwalankerto dan secara umum di Surabaya, Wikarami (2017) dengan hasil penelitian menunjukkan bahwa switching cost berpengaruh negatif signifikan terhadap switching intention, switching intention berpengaruh negatif signifikan terhadap word of mouth, dan switching cost berpengaruh positif signifikan terhadap word of mouth. Switching intention secara parsial mampu memediasi pengaruh switching cost terhadap word of mouth

Masalah yang dapat dirumuskan yaitu apakah *product* berpengaruh terhadap *intention to switch* speedy pada perumahan Taman Airis Pekanbaru ?, apakah *price* berpengaruh terhadap *intention to switch* speedy pada perumahan Taman Airis Pekanbaru ?.

Tujuan utama pada penelitian yaitu *product* berpengaruh terhadap *intention to switch* speedy pada perumahan Taman Airis Pekanbaru, *price* berpengaruh terhadap *intention to switch* speedy pada perumahan Taman Airis Pekanbaru.

## 2. METODE PENELITIAN

Desain penelitian yang peneliti gunakan pada penelitian ini merupakan desain penelitian kuantitatif. Karena peneliti hanya bersifat untuk pengaruh pengaruh bauran pemasan terhadap *intention to switch*.

Target populasi pada penelitian ini yaitu masyarakat atau kepala keluarga yang ada di perumahan Taman Airis Pekanbaru sebesar 71, menurut Sugiyono (2013), populasi adalah generalisasi yang terdiri atas obyek atau subyek yang mempunyai kualitas dan karakteristik tertentu yang ditetapkan oleh peneliti untuk dipelajari dan kemudian ditarik kesimpulannya, sedangkan sampel penelitian dengan menggunakan *purposive sampling*, yaitu pengguna yang menggunakan *speedy* yang ada di lingkungan berdasarkan dasar tersebut jumlah pengguna didapatkan sebesar 50 orang pengguna, sedangkan menurut Sugiyono (2013) sampel adalah bagian dari jumlah dan karakteristik yang dimiliki oleh populasi tersebut.

Uji validitas dan reliabilitas, uji valid tersebut menurut Ghazali (2013), mengukur validitas dapat dilakukan dengan cara melakukan korelasi antar skor butir pertanyaan dengan total skor konstruk atau variabel. Uji signifikansi dilakukan dengan membandingkan nilai  $r$  hitung dengan  $r$  tabel. Dasar pengambilan keputusan yang digunakan untuk menguji validitas butir angket adalah:

- a. Jika  $r$  hitung positif dan  $r$  hitung  $>$   $r$  tabel maka variabel tersebut valid.
- b. Jika  $r$  hitung tidak positif serta  $r$  hitung  $<$   $r$  tabel maka variabel tersebut tidak valid

Menurut Ghazali (2013), uji reliabilitas merupakan alat untuk mengukur suatu kuesioner yang merupakan indikator dari variabel atau konstruk. Suatu kousioner dikatakan reliabel atau handal jika jawaban seseorang terhadap pernyataan adalah konsisten atau stabil dari waktu ke waktu. Dalam pengujian ini, peneliti mengukur reliabelnya suatu variabel dengan cara melihat Cronbach Alpha dengan signifikansi yang digunakan lebih besar dari 0,60.

Analisis penelitian ini menggunakan cata metode regresi linier berganda. Regresi berganda memiliki tujuan yaitu untuk menguji pengaruh dua atau lebih variabel bebas. Persamaan model regresi yang dihasilkan yaitu :

$$Y = a + bX_1 + bX_2 + e$$

Uji Asumsi klasik yaitu persyaratan mutlak sebelum dilaksanakannya pengujian hipotesis penelitian, pada uji asumsi klasik ini dapat terdiri dari uji normalitas, heterokedastisitas dan multikolinieritas.

Proses yang terjadi setelah uji asumsi klasik penelitian maka dapatlah dilaksanakan pengujian hipotesis yang terdiri dari uji  $t$  dan uji  $F$ .

- a. Uji Normalitas

Uji normalitas adalah suatu uji yang dilakukan untuk menilai sebaran data pada sebuah kelompok data atau variabel. Dari uji normalitas ini nantinya akan dikenali sebaran data yang dihasilkan apakah data yang kita ujikan itu berdistribusi normal atau tidak, pada penelitian ini peneliti dalam mengetahui normal nya data dapat dilakukan dengan menggunakan grafik, dengan pengambilan keputusan yaitu grafik apabila tidak mengalami kemencengan maka data terdistribusi normal dan begitu juga sebaliknya.

- b. Uji Heterokedastisitas

Uji heteroskedastisitas digunakan apabila model regresi memiliki ketidakcocokan antara satu pengamatan dengan pengamatan lainnya. Pada pengujian ini peneliti menggunakan korelasi *rank spearman* dengan pengambilan keputusan yaitu apabila nilai signifikansi di atas 0,05 maka dapat terbebas dari masalah heterokedastisitas.

- c. Uji Multikolinieritas

Uji ini bertujuan untuk mengetahui apakah model regresi yang dibuat memiliki hubungan antara variabel independen atau variabel bebas dengan variabel dependen alias variabel terikat. Jika keduanya memiliki keterkaitan maka bisa dipastikan model regresi yang telah dibuat terindikasi adanya multikolinieritas. Pada multikolinieritas dapat diketahui dengan cara mengetahui nilai *tolerance* dan VIF yakni dengan keputusan *tolerance* > 0,1 dan VIF < 10 maka terbebas dari masalah multikolinieritas.

### 3. HASIL DAN PEMBAHASAN

Hasil penelitian ini adalah terdiri dari hasil penelitian yang mendeskripsikan uji validitas dan reliabilitas data penelitian, dan yang berikutnya dengan cara melaksanakan pengujian hipotesis penelitian, pada pengujian hipotesis penelitian maka terlebih dahulu dilaksanakannya uji asumsi klasik yang dapat terdiri dari normalitas data, heterokedastisitas dan multikolinieritas, berikut ini hasil dari penelitian ini :

#### 1) Uji Validitas dan Reliabilitas

Uji validitas merupakan suatu metode yang dipergunakan dalam menganalisis item dari setiap pertanyaan yang diajukan peneliti kepada responden penelitian, pada pengambilan keputusan pada uji validitas yaitu membandingkan  $r_{hitung}$  dengan  $r_{tabel}$  pada penelitian ini  $r_{hitung}$  peneliti gunakan 0,36 yaitu apabila  $r_{hitung} > r_{tabel}$  maka dapat dinyatakan valid dan begitu juga sebaliknya. Berikut ini hasil dari uji validitas pada setiap variabel penelitian :

##### a. Variabel *Product*

**Tabel 1**  
**Uji Validitas Pada Variabel *Product***

Butir Pertanyaan	$R_{hitung}$	$R_{Tabel}$
P1	0,667	0,361
P2	0,590	0,361
P3	0,812	0,361
P4	0,806	0,361
P5	0,583	0,361
P6	0,611	0,361
P7	0,728	0,361
P8	0,795	0,361

Sumber : Data Diolah

Tabel 1, dapat diketahui yaitu nilai  $r_{hitung}$  pada setiap item pertanyaan diatas 0,36 hal ini juga di bandingkan dengan  $r_{tabel}$  sebesar 0,3 hal ini dapat diambil kesimpulan bahwa semua item pertanyaan pada variabel *product* dapat dinyatakan valid.

##### b. Variabel *Price*

**Tabel 2**  
**Uji Validitas Pada Variabel *Price***

Butir Pertanyaan	$R_{hitung}$	$R_{Tabel}$
P1	0,769	0,361
P2	0,673	0,361
P3	0,590	0,361
P4	0,716	0,361
P5	0,750	0,361

P6	0,508	0,361
P7	0,594	0,361
P8	0,568	0,361
P9	0,649	0,361
P10	0,711	0,361

Sumber : Data Diolah

Tabel 2, dapat diketahui yaitu nilai  $r_{hitung}$  pada setiap item pertanyaan diatas 0,36 hal ini juga di bandingkan dengan  $r_{tabel}$  sebesar 0,3 hal ini dapat diambil kesimpulan bahwa semua item pertanyaan pada variabel *price* dapat dinyatakan valid.

c. Variabel *Intention to Switch*

**Tabel 3**  
**Uji Validitas Pada Variabel *Intention to Switch***

Butir Pertanyaan	$R_{hitung}$	$R_{Tabel}$
P1	0,730	0,361
P2	0,860	0,361
P3	0,850	0,361
P4	0,863	0,361
P5	0,822	0,361
P6	0,740	0,361
P7	0,860	0,361
P8	0,822	0,361
P9	0,833	0,361
P10	0,790	0,361
P11	0,744	0,361
P12	0,790	0,361

Sumber : Data Diolah

Tabel 3, dapat diketahui yaitu nilai  $r_{hitung}$  pada setiap item pertanyaan diatas 0,36 hal ini juga di bandingkan dengan  $r_{tabel}$  sebesar 0,3 hal ini dapat diambil kesimpulan bahwa semua item pertanyaan pada variabel *intention to switch* dapat dinyatakan valid.

Uji reliabilitas berfungsi teknik *Alpha Cronbach*, dimana suatu instrumen dapat dikatakan handal (reliabel) bila memiliki koefisien keandalan atau alpha sebesar 0,6 atau lebih. Berikut ini hasil uji reliabilitas pada penelitian ini pada semua variabel penelitian :

**Tabel 4**  
**Uji Validitas Pada Variabel Penelitian**

Variabel	<i>Cronbach Alpha</i>	Alpha
<i>Product</i>	0,770	0,60
<i>Price</i>	0,750	0,60
<i>Intention to Switch</i>	0,963	0,60

Sumber : Data Diolah

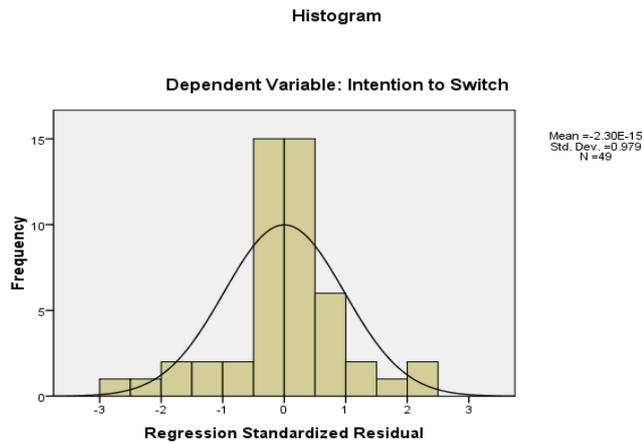
Pada Tabel 4, dapat diketahui nilai *cronbach alpha* diatas 0,6 maka dapat dinyatakan bahwa setiap item pertanyaan dari semua variabel yang teliti yaitu *product*, *price* dan *intention to switch* dinyatakan reliabel.

2) Asumsi Klasik

Pengujian asumsi klasik ini merupakan salah satu syarat statistik yang harus dipenuhi dalam analisis regresi linier berganda berdasarkan *ordinary less than squares* (OLS), sebagai dasar memastikan bahwa model regresi yang diperoleh merupakan model yang terbaik dari segi akurasi perlu dilakukan pengujian asumsi klasik. Asumsi klasik digunakan yaitu normalitas, heterokedastisitas dan multikolinieritas :

a. Normalitas

Normalitas pada penelitian ini peneliti menggunakan grafik, berikut ini hasil dari normalitas data :



Sumber : Data Diolah

**Gambar 1**  
**Asumsi Normalitas**

Pada Gambar 1, dapat di ketahui grafik tersebut berdistribusi normal dikarenakan tidak condong ke arah kanan maupun ke arah kiri maka dapat dinyatakan terdistribusi normal.

b. Heterokedastisitas

Heterokedastisitas pada penelitian ini peneliti menggunakan *rank spearman*, berikut ini hasil dari heterokedastisitas :

**Tabel 5**  
**Rank Spearman**

			Unstandardized Residual
Spearman's rho	Product	Correlation Coefficient	.063
		Sig. (2-tailed)	.666
		N	49
	Price	Correlation Coefficient	.074
		Sig. (2-tailed)	.615
		N	49
	Unstandardized Residual	Correlation Coefficient	1.000
		Sig. (2-tailed)	.
		N	49
**. Correlation is significant at the 0.01 level (2-tailed).			

Sumber : Data Diolah

Dari Tabel 5 yaitu pada heterokedastisitas yaitu signifikansi baik pada variabel *product* sebesar 0,666, variabel *price* sebesar 0,615 maka secara keseluruhan dapat dinyatakan data penelitian ini pada asumsi heterokedastisitas terbebas masalah, karena signifikansi diatas 0,05 %.

c. Multikolinieritas

Multikolinieritas pada penelitian ini yaitu dapat diketahui dengan cara *tolerance* dan VIF, berikut ini hasil dari multikolinieritas pada penelitian ini :

**Tabel 6**  
**Multikolinieritas**

Model		Collinearity Statistics	
		Tolerance	VIF
1	(Constant)		
	Product	.010	9.127
	Price	.010	9.127

a. Dependent Variable: Intention to Switch

**Sumber : Data Diolah**

Dari Tabel 6 yaitu pada multikolinieritas pada variabel *product* dan variabel *price* menghasilkan *tolerance* diatas 0,1 dan VIF di bawah 10, maka dapat dinyatakan terbebas dari masalah multikolinieritas.

3) Pengujian Hipotesis

Pengujian hipotesis dapat dilaksanakan dengan menggunakan dua cara yaitu uji t dan uji F, berikut ini hasil dari pengujian hipotesis yaitu :

a. Uji T

Berikut ini hasil dari uji t yang peneliti hasilkan adalah sebagai berikut :

**Tabel 7**  
**Uji Parsial**

Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	-2.376	.569		-4.175	.000
	Product	.788	.166	.511	4.734	.000
	Price	.597	.132	.487	4.512	.000

a. Dependent Variable: Intention to Switch

**Sumber : Data Diolah**

**Pada Tabel 7, dapat diketahui sebagai berikut :**

1. *Product* memiliki nilai  $t_{hitung}$  sebesar 4.734 dengan  $t_{tabel}$  sebesar 1.2944 maka secara pengambilan keputusan yaitu  $t_{hitung} > t_{tabel}$  maka dapat dirumuskan  $4.734 > 1.2944$  dengan koefisien regresi bernilai positif dan signifikansi di bawah 0,05 atau dibawah 5%, maka *product* berpengaruh positif dan signifikan terhadap *intention to switch* konsumen *speedy* pada perumahan Taman Airis Pekanbaru.
  2. *Price* memiliki nilai  $t_{hitung}$  sebesar 4.512 dengan  $t_{tabel}$  sebesar 1.2944 maka secara pengambilan keputusan yaitu  $t_{hitung} > t_{tabel}$  maka dapat dirumuskan  $4.512 > 1.2944$  dengan koefisien regresi bernilai positif dan signifikansi di bawah 0,05 atau dibawah 5%, maka *price* berpengaruh positif dan signifikan terhadap *intention to switch* konsumen *speedy* pada perumahan Taman Airis Pekanbaru.
- b. Uji F

**Tabel 8**  
**Uji Simultan**

Model		Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
1	Regression	1690.407	2	845.204	42.5203	.000 <sup>a</sup>
	Residual	9.144	46	.199		
	Total	1699.551	48			

a. Predictors: (Constant), Price, Product

b. Dependent Variable: Intention to Switch

### Sumber : Data Diolah

Pada Tabel 8, dari hasil uji simultan atau disebut dengan uji F didapatkan bahwa nilai  $F_{hitung}$  sebesar 42.5203 dan  $F_{tabel}$  sebesar 3.18 dengan pengambilan keputusan yang didapatkan yaitu  $F_{hitung} > F_{tabel}$  ( $42.5203 > 3.18$ ) dengan nilai koefisien regresi bernilai positif dan signifikansi dibawah 0,05 atau 5%, maka dengan itu dapat disimpulkan bahwa *product* dan *price* berpengaruh berpengaruh positif dan signifikan terhadap *intention to switch* konsumen *speedy* pada perumahan Taman Airis Pekanbaru.

### Pembahasan

Pembahasan pada penelitian ini terdiri dari :

1. Pengaruh *Product* Terhadap *Intention to Switch*  
*Product* memiliki nilai  $t_{hitung}$  sebesar 4.734 dengan  $t_{tabel}$  sebesar 1.2944 maka secara pengambilan keputusan yaitu  $t_{hitung} > t_{tabel}$  maka dapat dirumuskan  $4.734 > 1.2944$  dengan koefisien regresi bernilai positif dan signifikansi di bawah 0,05 atau dibawah 5%, maka *product* berpengaruh positif dan signifikan terhadap *intention to switch* konsumen *speedy* pada perumahan Taman Airis Pekanbaru, hal ini menunjukkan bahwa apabila produk yang dihasilkan lebih baik maka niat untuk beralih ke tempat lain menjadi rendah.
2. Pengaruh *Price* Terhadap *Intention to Switch*  
*Price* memiliki nilai  $t_{hitung}$  sebesar 4.512 dengan  $t_{tabel}$  sebesar 1.2944 maka secara pengambilan keputusan yaitu  $t_{hitung} > t_{tabel}$  maka dapat dirumuskan  $4.512 > 1.2944$  dengan koefisien regresi bernilai positif dan signifikansi di bawah 0,05 atau dibawah 5%, maka *price* berpengaruh positif dan signifikan terhadap *intention to switch* konsumen *speedy* pada perumahan Taman Airis

Pekanbaru. hal ini menunjukkan bahwa apabila harga yang dapat bersaing maka niat untuk beralih ke tempat lain menjadi rendah.

3. Pengaruh *Product* dan *Price* Terhadap *Intention to Switch*

Uji simultan atau disebut dengan uji F didapatkan bahwa nilai  $F_{hitung}$  sebesar 42.5203 dan  $F_{tabel}$  sebesar 3.18 dengan pengambilan keputusan yang didapatkan yaitu  $F_{hitung} > F_{tabel}$  ( $42.5203 > 3.18$ ) dengan nilai koefisien regresi bernilai positif dan signifikansi dibawah 0,05 atau 5%, maka dengan itu dapat disimpulkan bahwa *product* dan *price* berpengaruh berpengaruh positif dan signifikan terhadap *intention to switch* konsumen *speedy* pada perumahan Taman Airis Pekanbaru.

4. KESIMPULAN

Kesimpulan yang peneliti rumuskan pada penelitian ini adalah :

1. *Product* berpengaruh positif dan signifikan terhadap *intention to switch* konsumen *speedy* pada perumahan Taman Airis Pekanbaru.
2. *Price* berpengaruh positif dan signifikan terhadap *intention to switch* konsumen *speedy* pada perumahan Taman Airis Pekanbaru.
3. *Product* dan *price* berpengaruh positif dan signifikan terhadap *intention to switch* konsumen *speedy* pada perumahan Taman Airis Pekanbaru.

DAFTAR PUSTAKA

- Ghozali, Imam. 2013. *Aplikasi Analisis Multivariate dengan Program IBM SPSS 21*. Badan Penerbit Universitas Diponegoro, Semarang.
- Nelloh Liza Agustina Maureen dan Carolina Chandra Purwanto Liem, 2011. Analisis Switching Intention Pengguna Jasa Layanan Rumah Kos Di Siwalankerto: Perspektif Kualitas Layanan Dan Kepuasan Pelanggan. *Jurnal Manajemen Pemasaran*, Volume 6, Nomor 1, April.
- Sugiyono, 2013. *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif dan R&D*. Penerbit Alfabeta, Bandung.
- Vineza Yulia, 2015. Pelaksanaan Program Pemasaran Pada PT. Telkom (Kasus Pelanggan Produk Speedy Wilayahkota Pekanbaru). *JOM FISIP*, Volume 2, Nomor 2, Oktober.
- Wikrami Ida Ayu Widya Pranka dan Katsawan Mandala, 2017. Pengaruh Switching Cost Dan Switching Intention Terhadap Wom Pada Nasabah Bank Central Asia Di Kota Denpasar. *E Jurnal Manajemen Unud*, Volume 6, Nomor 6.