

ANALISA PENGARUH FAKTOR *PUSH-PULL-MOORING* TERHADAP *CUSTOMER SWITCHING BEHAVIOR* PELANGGAN OPERATOR DI JABODETABEK

BHAGAS SATYA PANDURA



**DEPARTEMEN MANAJEMEN
FAKULTAS EKONOMI DAN MANAJEMEN
INSTITUT PERTANIAN BOGOR
BOGOR
2025**



@Hak cipta milik IPB University

Hak Cipta Dilindungi Undang-undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber :
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar IPB University.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin IPB University.

PERNYATAAN MENGENAI SKRIPSI DAN SUMBER INFORMASI SERTA PELIMPAHAN HAK CIPTA

Dengan ini saya menyatakan bahwa laporan akhir dengan judul “Analisis Pengaruh *Push-Pull-Mooring* Terhadap *Customer Switcing Behavior* Pelanggan Operator Telekomunikasi di Jabodetabek ” adalah karya saya dengan arahan dari dosen pembimbing dan belum diajukan dalam bentuk apa pun kepada perguruan tinggi mana pun. Sumber informasi yang berasal atau dikutip dari karya yang diterbitkan maupun tidak diterbitkan dari penulis lain telah disebutkan dalam teks dan dicantumkan dalam Daftar Pustaka di bagian akhir laporan akhir ini.

Dengan ini saya melimpahkan hak cipta dari karya tulis saya kepada Institut Pertanian Bogor.

Bogor, Juli 2025

Bhagas Satya Pandura
H2401211137



@Hak cipta milik IPB University

Hak Cipta Dilindungi Undang-undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber :
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar IPB University.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin IPB University.

ABSTRAK

Bhagas Satya Pandura. Analisa Pengaruh *Push-Pull-Mooring* Terhadap *Customer Switching Behavior* Pelanggan Operator Telekomunikasi di Jabodetabek. Dibimbing oleh MA'MUN SARMA.

Industri telekomunikasi di Jabodetabek menghadapi persaingan semakin ketat seiring meningkatnya ekspektasi pelanggan terhadap kualitas layanan, harga kompetitif, dan inovasi produk. Dalam kondisi ini, memahami pola serta faktor yang memengaruhi perpindahan pelanggan menjadi krusial bagi perusahaan untuk merumuskan strategi retensi yang efektif. Penelitian ini menganalisis pengaruh *push*, *pull*, dan *mooring* terhadap *customer switching behavior* pelanggan operator telekomunikasi, serta menguji peran moderasi *mooring* pada hubungan antara *push* dan *pull* terhadap *customer switching behavior*. Data dari 155 responden dikumpulkan dengan teknik *convenience sampling* dan dianalisis menggunakan *Structural Equation Modeling–Partial Least Squares (SEM-PLS)*. Hasil menunjukkan *push* berpengaruh negatif signifikan, sedangkan *pull* dan *mooring* berpengaruh positif signifikan terhadap *customer switching behavior*. Interaksi *mooring* dan *push* berpengaruh positif signifikan, sedangkan interaksi *mooring* dan *pull* berpengaruh negatif namun tidak signifikan. Temuan ini menegaskan bahwa faktor pendorong, penarik, dan penghambat berpindah memiliki peran berbeda dan tidak selalu sesuai prediksi teoritis, sehingga perusahaan perlu mengadopsi strategi pengelolaan pelanggan holistik berbasis pemahaman perilaku aktual.

Kata kunci: *Customer switching behavior*, *mooring*, *pull*, *push*, telekomunikasi

ABSTRACT

Bhagas Satya Pandura. Analysis of the Influence of Push-Pull-Mooring on Customer Switching Behavior of Telecommunication Operator Customers in Jabodetabek. Supervised by MA'MUN SARMA.

The telecommunication industry in Jabodetabek faces increasingly intense competition as customer expectations for service quality, competitive pricing, and product innovation rise. In this context, understanding the patterns and factors driving customer switching is crucial for companies to design effective retention strategies. This study examines the effects of push, pull, and mooring factors on customer switching behavior, and the moderating role of mooring in the relationships between push and pull with customer switching behavior. Data from 155 respondents were collected using convenience sampling and analyzed through Structural Equation Modeling–Partial Least Squares (SEM-PLS). Results show push has a significant negative effect, while pull and mooring have significant positive effects. The interaction between mooring and push has a significant positive effect, whereas the interaction between mooring and pull is negative but insignificant. These findings highlight that push, pull, and mooring factors play distinct roles not always consistent with theory, requiring holistic, behavior-based customer management strategies.

Keywords: Customer switching behavior, mooring, pull, push, telecommunication



@Hak cipta milik IPB University

Hak Cipta Dilindungi Undang-undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber :
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar IPB University.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin IPB University.

© Hak Cipta milik IPB, tahun 20XX¹
Hak Cipta dilindungi Undang-Undang

Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan atau menyebutkan sumbernya. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik, atau tinjauan suatu masalah, dan pengutipan tersebut tidak merugikan kepentingan IPB.

Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apa pun tanpa izin IPB.

**ANALISA PENGARUH FAKTOR *PUSH-PULL-MOORING*
TERHADAP *CUSTOMER SWITCHING BEHAVIOR*
PELANGGAN OPERATOR DI JABODETABEK**

BHAGAS SATYA PANDURA

Skripsi
sebagai salah satu syarat untuk memperoleh gelar
Sarjana pada
Program Studi Manajemen

**DEPARTEMEN MANAJEMEN
FAKULTAS EKONOMI DAN MANAJEMEN
INSTITUT PERTANIAN BOGOR
BOGOR
2025**



@Hak cipta milik IPB University

Hak Cipta Dilindungi Undang-undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber :
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar IPB University.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin IPB University.

Tim Penguji pada Ujian Skripsi:
1 Hardiana Widyastuti S.Hut., M.M.
2 Nisa Zahra S.T.P., M.Si

Judul Skripsi : Analisa Pengaruh Faktor *Push-Pull-Mooring* Terhadap *Customer Switching Behavior* Pelanggan Operator di Jabodetabek

Nama : Bhagas Satya Pandura

NIM : H2401211137

Disetujui oleh

Pembimbing:

Prof. Dr. Ir. Ma'mun Sarma, M.S., M.Ec.



Diketahui oleh

Ketua Program Studi:

Dr. Eko Ruddy Cahyadi S.Hut., M.M.

NIP 197812132006041001



Tanggal Ujian:
31 Juli 2025

Tanggal Lulus:



PRAKATA

Puji dan syukur penulis panjatkan kepada Allah subhanaahu wa ta'ala atas segala karunia-Nya sehingga karya ilmiah ini berhasil diselesaikan. Tema yang dipilih dalam penelitian yang dilaksanakan sejak bulan Januari sampai bulan Juli 2024 ini ialah customer switching behavior, dengan judul “Analisis Pengaruh Faktor *Push-Pull-Mooring* terhadap Customer Switching Behavior Pelanggan Operator di Jabodetabek”.

Terima kasih penulis ucapkan kepada seluruh pihak yang telah membantu dan terlibat baik secara langsung maupun tidak langsung dalam proses penelitian ini, yaitu Prof. Dr. Ir. Ma'mun Sarma, M.S., M.Ec. selaku dosen pembimbing dan seluruh tim dosen yang telah memberikan arahan serta dukungan kepada penulis, tak lupa juga saya ucapkan terimakasih kepada, orang tua dan keluarga yang memberikan dukungan serta doa untuk penulis, teman-teman dalam satu kelompok bimbingan yang telah berjuang bersama, sahabat terdekat semasa perkuliahan yang selalu kebersamai penulis, serta diri sendiri atas kerja keras dalam menjalankan penelitian ini, dan untuk segalanya. Semoga karya ilmiah ini bisa bermanfaat bagi pihak yang membutuhkan dan bagi kemajuan ilmu pengetahuan.

Bogor, Juli 2025

Bhagas Satya Pandura

DAFTAR ISI

DAFTAR TABEL	xii
DAFTAR GAMBAR	xii
DAFTAR LAMPIRAN	xii
I PENDAHULUAN	1
1.1 Latar Belakang	1
1.2 Rumusan Masalah	4
1.3 Tujuan	5
1.4 Manfaat	5
1.5 Ruang Lingkup	5
II TINJAUAN PUSTAKA	6
2.1 Pemasaran Jasa	6
2.2 Industri Telekomunikasi	6
2.3 Perilaku Berpindah Pelanggan	7
2.4 Model <i>Push-Pull-Mooring</i>	7
2.5 Faktor <i>Push</i>	8
2.6 Faktor <i>Pull</i>	10
2.7 Faktor <i>Mooring</i>	12
2.8 Penelitian Terdahulu	13
2.9 Hubungan antar Variabel	16
2.10 Model Penelitian	17
III METODE	19
3.1 Kerangka Pemikiran	19
3.2 Lokasi dan Waktu penelitian	20
3.3 Jenis dan Sumber Data	20
3.4 Metode Penentuan Sampel	21
3.5 Metode Pengumpulan Data	22
3.6 Skala Pengukuran Variabel	22
3.7 Metode Pengumpulan dan Analisis Data	23
3.8 Definisi Operasional	25
IV HASIL DAN PEMBAHASAN	29
4.1 Gambaran Umum	29
4.2 Hasil Uji Validitas dan Reabilitas	30
4.3 Karakteristik Responden	30
4.4 Analisis Deskriptif	33
4.5 Analisis SEM-PLS	39
4.6 Implikasi Manajerial	50
V SIMPULAN DAN SARAN	52
5.1 Simpulan	52
5.2 Saran	53
DAFTAR PUSTAKA	56
LAMPIRAN	60
RIWAYAT HIDUP	62

Hak Cipta Dilindungi Undang-undang
1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber :
a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah
b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar IPB University.

2. Dilarang mengumunkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin IPB University.



DAFTAR TABEL

1	Daftar pengguna operator di Indonesia dari tahun 2020-2024 (juta pelanggan)	3
2	Penelitian terdahulu	14
3	Presentase jumlah responden per sebaran wilayah	22
4	Skala <i>Likert</i>	23
5	Rentang Skala Analisis Deskriptif	24
6	Prosedur analisis SEM-PLS	25
7	Definisi operasional	25
8	Karakteristik responden	31
9	Hasil analisis deskriptif variabel <i>push</i>	33
10	Hasil analisis deskriptif variabel <i>mooring</i>	34
11	Hasil analisis deskriptif variabel <i>pull</i> .	36
12	Hasil analisis deskriptif variabel <i>customer switching behavior</i> .	38
13	Hasil <i>outer loading</i>	40
14	Nilai <i>Average Variance Extracted (AVE)</i>	42
15	Nilai <i>cross loadings</i>	42
16	Nilai <i>fornell-larcker criterion</i>	44
17	Nilai <i>cronbach's alpha, rho_a</i> dan <i>composite reliability</i>	45
18	Nilai <i>r-square</i>	46
19	Nilai <i>path coefficients</i>	47

DAFTAR GAMBAR

1	Jumlah pengguna internet Indonesia dari tahun 2018-2024	1
2	Daftar operator seluler favorit masyarakat periode survei 2024	2
3	Model <i>push-pull-mooring (PPM)</i>	8
4	Kerangka berpikir	20
5	Model dan perhitungan <i>loading factor</i>	40
6	Hasil <i>Bootstrapping</i>	47

DAFTAR LAMPIRAN

1	Lampiran 1 Hasil Uji Validitas dan Reliabilitas Kuesioner Penelitian	61
---	--	----