

**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 UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

**ANALISIS FAKTOR-FAKTOR YANG MEMPENGARUHI PERILAKU  
SWITCHING DARI PELANGGAN PASCABAYAR KE PRABAYAR  
PADA PT. PLN ULP PANAM**

**SKRIPSI**

**OLEH :**

**SABRINA ROMADONA HASIBUAN**

**11770123604**



**PROGRAM STUDI S1 MANAJEMEN**

**FAKULTAS EKONOMI DAN ILMU SOSIAL**

**UNIVERSITAS ISLAM NEGERI SULTAN SYARIF KASIM RIAU**

**PEKANBARU**

**2020/2021**



**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 UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

**ANALISIS FAKTOR-FAKTOR YANG MEMPENGARUHI PERILAKU  
SWITCHING DARI PELANGGAN PASCABAYAR KE PRABAYAR  
PADA PT. PLN ULP PANAM**

**SKRIPSI**

Diajukan Sebagai Salah Satu Syarat Untuk Memperoleh Gelar Sarjana Ekonomi  
(SE) Pada Program Studi SI Manajemen Fakultas Ekonomi Dan Ilmu  
Sosial Universitas Islam Negeri Sultan Syarif Kasim Riau

**OLEH :**

**SABRINA ROMADONA HASIBUAN**

**11770123604**



**UIN SUSKA RIAU**

**UIN SUSKA RIAU**

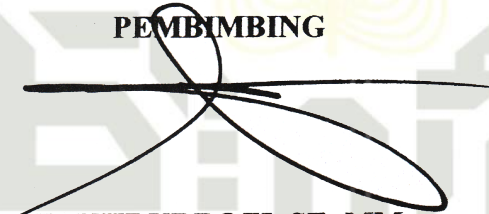
**KONSENTRASI MANAJEMEN PEMASARAN  
PROGRAM STUDI S1 MANAJEMEN  
FAKULTAS EKONOMI DAN ILMU SOSIAL  
UNIVERSITAS ISLAM NEGERI  
SULTAN SYARIF KASIM RIAU  
PEKANBARU  
2021**



**LEMBAR PERSETUJUAN SKRIPSI**

NAMA : SABRINA ROMADONA HASIBUAN  
 NIM : 11770123604  
 KONSENTRASI : MANAJEMEN PEMASARAN  
 PROGRAM STUDI : S1 MANAJEMEN  
 FAKULTAS : EKONOMI DAN ILMU SOSIAL  
 SEMESTER : DELAPAN (VIII)  
 JUDUL : ANALISIS FAKTOR-FAKTOR YANG MEMPENGARUHI PERILAKU *SWITCHING* DARI PELANGGAN PASCABAYAR KE PRABAYAR PADA PT. PLN ULP PANAM

DISETUJUI OLEH  
 PEMBIMBING



FAKHRURROZI, SE, MM  
 NIP. 19670725 200003 1002

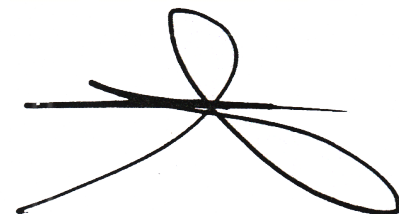
MENGETAHUI

DEKAN

KETUA PRODI MANAJEMEN



Dr. H. MAHYARNI, SE, MM  
 NIP. 19700826 199903 2001



FAKHRURROZI, SE, MM  
 NIP. 19670725 200003 1002

© Hak Cipta Milik UIN Suska Riau

State Islamic University of Sultan Syarif Kasim Riau

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Diarangi 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 UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.



LEMBAR PENGESAHAN SKRIPSI

NAMA : SABRINA ROMADONA HASIBUAN  
 NIM : 11770123604  
 JURUSAN : MANAJEMEN  
 FAKULTAS : EKONOMI DAN ILMU SOSIAL  
 JUDUL SKRIPSI : ANALISIS FAKTOR-FAKTOR YANG MEMPENGARUHI PERILAKU SWITCHING DARI PELANGGAN PASCABAYAR KE PRABAYAR PADA PT. PLN ULP PANAM  
 TANGGAL UJIAN : 14 JULI 2021

DISETUJUI OLEH :  
 KETUA PENGUJI

**Prof. Dr. Leny Nofianti, MS, SE, M.Si, Ak, CA**  
 NIP.19751112199903 2 001

PENGUJI I

**Rizal Rahmad, SE, MM**  
 NIP. 19750216 201411 1 001

PENGUJI II

**Nurrahmi Havani, SE, MBA**  
 NIP. 19830324 201503 2 003

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 UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

## ABSTRAK

### **ANALISIS FAKTOR-FAKTOR YANG MEMPENGARUHI PERILAKU SWITCHING DARI PELANGGAN PASCABAYAR KE PRABAYAR PADA PT. PLN ULP PANAM**

Oleh:

**SABRINA ROMADONA HASIBUAN**

**11770123604**

*Tujuan penelitian ini adalah untuk mengetahui pengaruh harga dan variety seeking terhadap perilaku switching dari pelanggan pascabayar ke prabayar pada Pt. PLN ULP Panam. Responden dalam penelitian ini berjumlah 94 orang dengan menggunakan rumus slovin. Dengan ketentuan analisis data dalam penelitian ini adalah kuantitatif dengan menggunakan metode regresi linear berganda dan data tersebut dianalisis dengan menggunakan program SPSS. Berdasarkan hasil peneltian ini menunjukkan bahwa harga dan variety seeking berpengaruh secara parsial dan simultan terhadap perilaku switching dari pelanggan pascabayar ke prabayar pada Pt. PLN ULP Panam. Nilai R Square sebesar 0,494 atau 49,4% berarti variabel perilaku switching dipengaruhi oleh harga dan variety seeking sementara sisanya 50,6% dipengaruhi oleh variabel lain yang tidak digunakan pada penelitian ini.*

***Kata Kunci : Harga, Variety Seeking dan Perilaku Switching***

UIN SUSKA RIAU

Hak Cipta Diindungi 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 UIN Suska Riau.

2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

Hak Cipta Diindungi 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 UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

## ABSTRACT

### ANALYSIS OF FACTORS AFFECTING SWITCHING BEHAVIOR FROM POSTPAID CUSTOMER TO PREPAID IN. PLN ULP PANAM

By:

**SABRINA ROMADONA HASIBUAN**

**11770123604**

*The purpose of this study was to determine the effect of price and variety seeking on the switching behavior of postpaid to prepaid subscribers at Pt. PLN ULP Panam. Respondents in this study amounted to 94 people using the Slovin formula. With the provisions of data analysis in this research is quantitative using multiple linear regression method and the data is analyzed using the SPSS program. Based on the results of this study, it shows that price and variety seeking partially and simultaneously influence the switching behavior of postpaid to prepaid subscribers at Pt. PLN ULP Panam. The R Square value of 0.494 or 49,4% means that the switching behavior variable is influenced by price, convenience and differentiation strategy, while the remaining 50,6% is influenced by other variables not used in this study.*

**Keywords : Price, Variety Seeking and Switching Behavior**

## KATA PENGANTAR

بِسْمِ اللَّهِ الرَّحْمَنِ الرَّحِيمِ

Assalamu'alaikum Wr. Wb.

Alhamdulillah rabbil'alamin, puji syukur penulis ucapkan kehadiran Allah SWT karena berkat rahmat dan karunia-Nya kepada penulis serta shalawat dan salam semoga senantiasa tercurahkan kepada Nabi Muhammad SAW, sehingga penulis dapat menyelesaikan skripsi dengan judul "Analisis Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Perilaku *Switching* Dari Pelanggan Pascabayar Ke Prabayar Pada PT. PLN ULP Panam". Skripsi ini diajukan untuk memenuhi persyaratan akademis dalam menyelesaikan program studi S1 Manajemen untuk memperoleh gelar Sarjana Ekonomi pada Fakultas Ekonomi dan Ilmu Sosial Universitas Islam Negeri Sultan Syarif Kasim Riau.

Skripsi ini penulis persembahkan secara khusus kepada orang tua tercinta, yaitu Ayahanda Drs. H. Kalayo Hasibuan, M.Ed- TESOL dan Ibunda Siti Aisyah, serta Saudara penulis yaitu Muhammad Fajri Hamdy, M.Pd, Linati Marta Kalisah, M.Pd, Maslihati Febriani Hasibuan, S.Ikom dan Fadhilah Gandaria Hasibuan yang selalu memberikan kasih sayang, perhatian, dukungan dan do'a untuk penulis. Terimakasih atas segala dukungan, kasih sayang dan do'a yang terbaik kepada penulis.

### Hak Cipta Diindungi 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 UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

Hak Cipta Diindungi 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 UIN Suska Riau.

2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

Semoga proses penyusunan skripsi ini tentunya penulis tidak terlepas dari bantuan berbagai pihak yang memberikan bimbingan, arahan, bantuan, dan dukungan. Oleh karena itu, dalam kesempatan ini dengan penuh kerendahan hati penulis ingin mengucapkan terima kasih kepada:

1. Bapak Prof. Dr. Khairunnas Rajab, M. Ag selaku Rektor Universitas Islam Negeri Sultan Syarif Kasim Riau.

2. Ibu Dr. Hj. Mahyarni, SE., MM selaku Dekan Fakultas Ekonomi dan Ilmu Sosial Universitas Islam Negeri Sultan Syarif Kasim Riau.

3. Bapak Dr. Kamaruddin, S.Sos.,M.Si selaku Wakil Dekan I Fakultas Ekonomi dan Ilmu Sosial Universitas Islam Negeri Sultan Syarif Kasim Riau.

4. Bapak Dr. Mahmuzar, M.Hum selaku Wakil Dekan II Fakultas Ekonomi dan Ilmu Sosial Universitas Islam Negeri Sultan Syarif Kasim Riau.

5. Bapak Dr. Julina, SE, M.Si selaku Wakil Dekan III Fakultas Ekonomi dan Ilmu Sosial Universitas Islam Negeri Sultan Syarif Kasim Riau.

6. Bapak Fakhurrozi SE, MM selaku ketua jurusan S1 Manajemen Fakultas Ekonomi dan Ilmu Sosial Universitas Islam Negeri Sultan Syarif Kasim Riau

Ibu Astuti Meflinda, SE, MM selaku Sekretaris Jurusan S1 Manajemen Fakultas Ekonomi dan Ilmu Sosial Universitas Islam Negeri Sultan Syarif Kasim Riau.



8. Bapak Fakhurrozi, SE, MM sebagai pembimbing yang telah memberikan arahan serta motivasi dan nasehat yang sangat berharga kepada penulis mulai dari penyusunan proposal hingga pembuatan skripsi.

9. Bapak/Ibu Dosen dan Karyawan Tata Usaha Fakultas Ekonomi dan Ilmu Sosial Universitas Islam Negeri Sultan Syarif Kasim Riau.

10. Seluruh pegawai dan pelanggan PT. PLN ULP Panam

Rekan pria terdekat dan sahabat penulis, yaitu Duta Indra Rigomen, Anggi Dwi Permata, Shopie Akhiria, S.E, Ismawati, Abni Nurhidayanti, Riska Sania, Cahyati Rahmadhani, S.E dan Sulaica Aprilla, S.E dan teman-teman penulis yang lainnya yang telah menemani dan selalu memberikan do'a, semangat dan motivasi kepada penulis.

12. Seluruh teman-teman lokal B S1 Manajemen angkatan 2017 dan seluruh teman-teman lokal B konsentrasi Pemasaran angkatan 2017. Terimakasih atas kebersamaannya selama perkuliahan dan dukungan kepada penulis dalam menyelesaikan skripsi ini.

13. Seluruh teman-teman yang selalu memberikan do'a, semangat dan motivasi kepada penulis selama ini.

14. Seluruh pihak yang telah membantu penulis dalam penulisan skripsi ini yang tidak dapat penulis sebutkan satu-persatu, terimakasih untuk segala dukungan, kebaikan dan bantuan semuanya kepada penulis.

#### 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 UIN Suska Riau.

2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.



#### Hak Cipta Diindungi 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 UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

Semoga segala bantuan, dukungan dan bimbingan yang telah diberikan kepada penulis menjadi nilai ibadah dan diberikan balasan yang berlipat ganda oleh Allah SWT.

Dalam penulisan skripsi ini, penulis menyadari bahwa skripsi yang telah disusun ini masih jauh dari kesempurnaan dan masih banyak kekurangan, keterbatasan, baik dari isi maupun konsep penyusunan. Oleh karena itu, penulis menerima dengan terbuka kritik dan saran yang berhubungan dengan skripsi ini yang bersifat membangun dari berbagai pihak demi kesempurnaan skripsi ini dan selanjutnya.

Akhir kata penulis ucapkan terimakasih dan penulis berharap semoga skripsi ini dapat bermanfaat bagi seluruh pembaca maupun untuk penelitian selanjutnya. *Aamiin ya rabbal'amin.*

*Wassalamu'alaikum Wr. WB*

Pekanbaru, 05 Juli 2021

Penulis

**SABRINA ROMADONA HASIBUAN**

**11770123604**

UIN SUSKA RIAU

## DAFTAR ISI

<b>ABSTRAK</b> .....	<b>i</b>
<b>KATA PENGANTAR</b> .....	<b>iii</b>
<b>DAFTAR ISI</b> .....	<b>vii</b>
<b>DAFTAR TABEL</b> .....	<b>xi</b>
<b>DAFTAR GAMBAR</b> .....	<b>xiii</b>
<b>BAB I PENDAHULUAN</b> .....	<b>1</b>
1.1 Latar Belakang.....	1
1.2 Perumusan Masalah.....	8
1.3 Tujuan Penelitian.....	9
1.4 Manfaat Penelitian.....	10
1.5 Sistematika Penulisan Penelitian.....	11
<b>BAB II TELAAH PUSTAKA</b> .....	<b>13</b>
2.1 Perilaku Konsumen.....	13
2.1.1 Faktor-faktor Perilaku Konsumen.....	16
2.2 <i>Costumer Switching Behavior</i> (Perilaku Perpindahan Pelanggan).....	17
2.2.1 Tipe-tipe <i>Switching Behavior</i> .....	18
2.2.2 Faktor-faktor Penyebab <i>Costumers Switching Behavior</i> .....	19
2.2.3 Indikator <i>Switching Behaviour</i> .....	22
2.3 Harga.....	23
2.3.1 Tujuan Penetapan Harga.....	25
2.3.2 Faktor Biaya dalam Penetapan Harga.....	28
2.3.3 Indikator Harga.....	28
2.4 <i>Variety Seeking</i> .....	29
2.4.1 Tipe-Tipe Konsumen yang Mencari Variasi ( <i>Variety Seeking</i> ).....	30
2.4.2 Indikator <i>Variety Seeking</i> .....	30
2.5 Pandangan Islam.....	31
2.5.1 Pandangan Islam terhadap Perilaku Perpindahan Pelanggan ( <i>Customer Switching Behavior</i> ).....	31
2.5.2 Pandangan Islam terhadap Harga.....	32

### 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 UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

2.5.3	Pandangan Islam terhadap <i>Variety Seeking</i> .....	33
2.6	Penelitian Terdahulu.....	34
2.7	Kerangka Berpikir.....	39
2.8	Konsep Operasional Variabel Penelitian.....	40
2.9	Hipotesis.....	43
<b>BAB III METODE PENELITIAN.....</b>		<b>44</b>
3.1	Lokasi Penelitian dan Waktu Penelitian.....	44
3.2	Jenis dan Sumber Data.....	44
3.3	Teknik Pengumpulan Data.....	45
3.4	Skala Pengukuran.....	45
3.5	Populasi dan Sampel.....	46
3.6	Teknik Analisis Data.....	48
3.7	Uji Kualitas Data.....	49
3.7.1	Uji Validitas.....	49
3.7.2	Uji Reliabilitas.....	49
3.8	Uji Asumsi Klasik.....	50
3.8.1	Uji Normalitas.....	50
3.8.2	Uji Multikolinieritas.....	50
3.8.3	Uji Autokorelasi.....	51
3.8.4	Uji Heterokedastisitas.....	51
3.9	Regresi Linier Berganda.....	52
3.10	Uji Hipotesis.....	53
3.10.1	Uji Secara Simultan (Uji F).....	53
3.10.2	Uji Secara Parsial (Uji t).....	53
3.10.3	Koefisien Korelasi.....	54
3.10.4	Koefisien Determinasi (R <sup>2</sup> ).....	55
<b>BAB IV GAMBARAN UMUM OBJEK PENELITIAN.....</b>		<b>57</b>
4.1	Sejarah PT. PLN ULP Panam.....	57
4.1.1	Visi dan Misi.....	58
4.1.2	Uraian Tugas (Job description) Bagian/Unit Kerja Tempat Pelaksanaan PKL.....	59

**Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang**

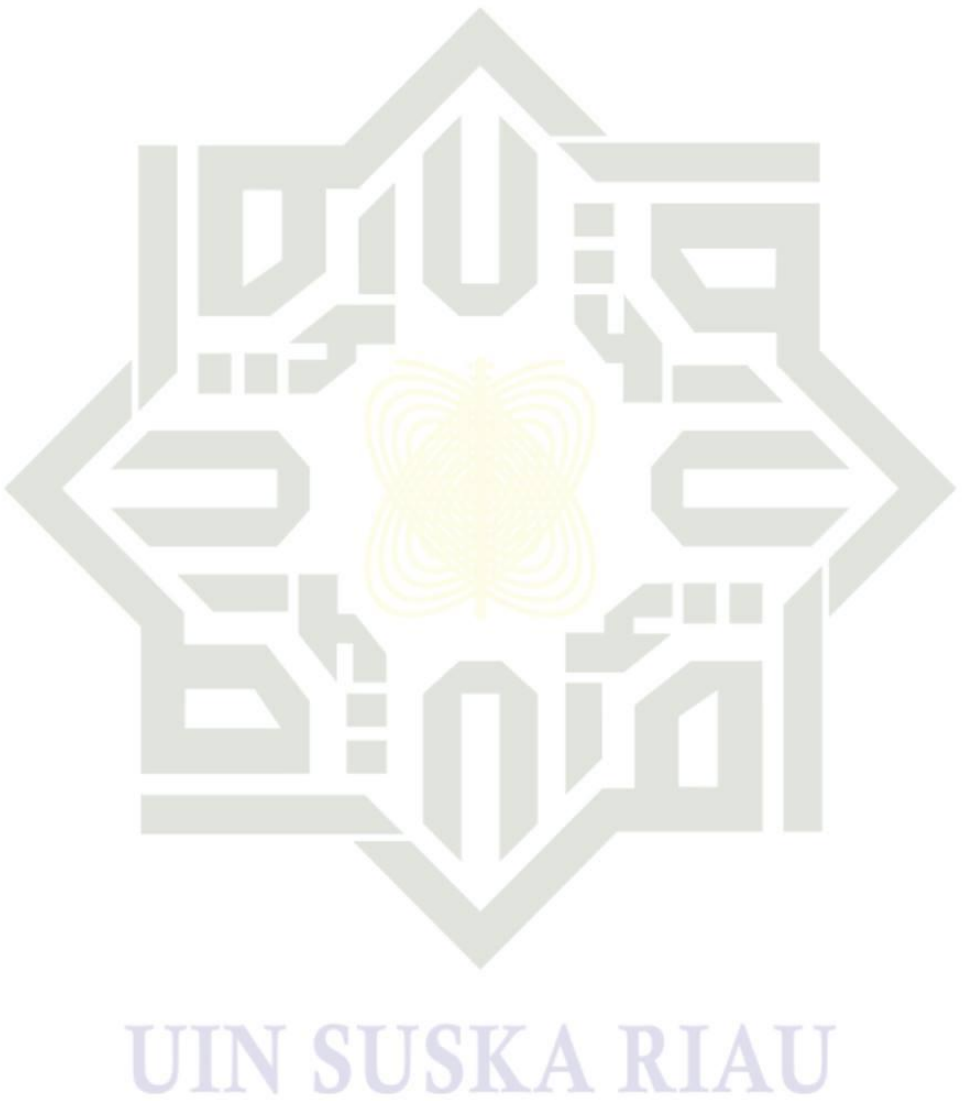
1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
  - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
  - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan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

4.2	Struktur Organisasi.....	62
<b>BAB V HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN.....</b>		<b>64</b>
5.1	Karakteristik Responden.....	64
5.1.1	Responden berdasarkan jenis kelamin.....	64
5.1.2	Responden berdasarkan usia.....	65
5.1.3	Responden berdasarkan waktu berpindah.....	66
5.1.4	Responden berdasarkan pendidikan.....	66
5.2	Deskripsi Variabel Penelitian.....	67
5.2.1	Perilaku <i>Switching</i> (Y).....	68
5.2.2	Harga (X1).....	70
5.2.3	<i>Variety Seeking</i> (X2).....	73
5.3	Uji Kualitas Data.....	76
5.3.1	Uji Validitas.....	76
5.3.2	Uji Realibilitas.....	79
5.4	Uji Normalitas.....	80
5.5	Uji Asumsi Klasik.....	82
5.5.1	Uji Multikolonieritas.....	82
5.5.2	Uji Heteroskedastisitas.....	82
5.5.3	Uji Autokorelasi.....	85
5.6	Analisis Data Penelitian.....	86
5.6.1	Regresi Linear Berganda.....	86
5.6.2	Uji Parsial (Uji T).....	87
5.6.3	Uji Simultan (Uji F).....	90
5.6.4	Koefisien Determinasi (R <sup>2</sup> ).....	92
5.7	Pembahasan Hasil Penelitian.....	94
5.7.1	Pengaruh Harga Terhadap Perilaku <i>Switching</i> .....	94
5.7.2	Pengaruh <i>Variety Seeking</i> Terhadap Perilaku <i>Switching</i> .....	95
5.7.3	Pengaruh Harga Dan <i>Variety Seeking</i> Terhadap Perilaku <i>Switching</i> .....	96
<b>BAB VI KESIMPULAN DAN SARAN.....</b>		<b>97</b>
6.1	Kesimpulan.....	97

**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 UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

6.2	Saran.....	98
	<b>DAFTAR PUSTAKA.....</b>	<b>99</b>



**Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang**

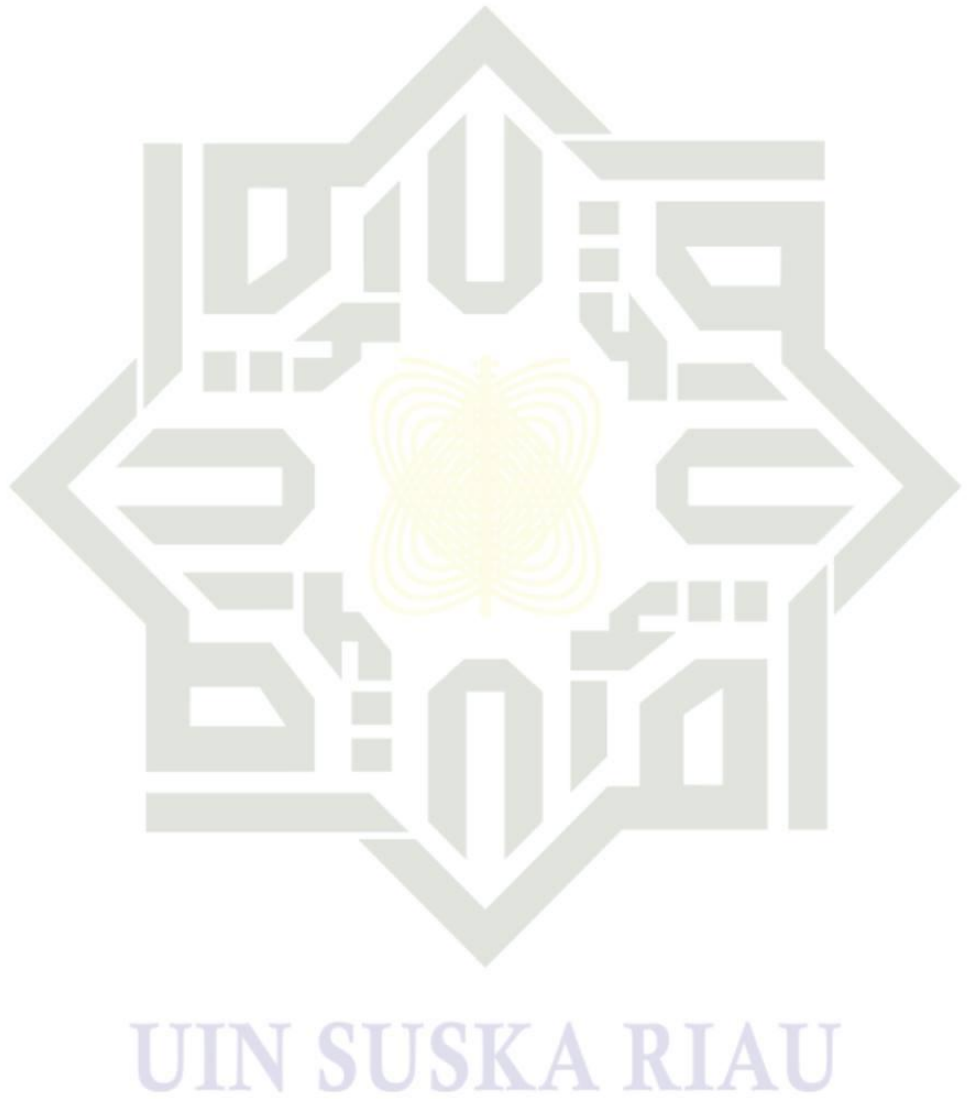
1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
  - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
  - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan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





## DAFTAR GAMBAR

Gambar 2.1 Kerangka Berpikir.....	40
Gambar 4.1 Struktur Organisasi.....	63
Gambar 5.1 : Uji Heteroskedastisitas.....	84



- Hak Cipta Diindungi 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 UIN Suska Riau.
  2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.



**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 UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

## BAB I

### PENDAHULUAN

#### Latar Belakang

Persaingan bisnis dalam era globalisasi yang semakin dinamis, kompleks dan serba tidak pasti, menyediakan peluang tetapi juga tantangan. Tantangan tersebut muncul seiring dengan adanya inovasi-inovasi baru yang dapat ditemukan pada berbagai produk atau jasa yang beredar dalam pasaran sehingga membuat pelanggan akan melakukan tindakan yang lebih selektif dalam memenuhi kebutuhan dan keinginan mereka. Kondisi tersebut membuat perusahaan dituntut untuk dapat terus menerus mengikuti selera pelanggan.

Salah satu jasa yang berperan penting bagi suatu negara ialah listrik. Listrik merupakan salah satu kebutuhan yang amat penting bagi kehidupan manusia. Dengan adanya listrik, manusia memperoleh banyak manfaat untuk mempermudah kehidupannya. Dalam kehidupan sehari-hari, listrik tidak hanya dimanfaatkan untuk sumber penerangan. Tetapi dapat juga digunakan untuk menghidupkan peralatan rumah tangga, peralatan kantor maupun mesin-mesin untuk keperluan industri, listrik menjadi prasyarat utama agar semua aktivitas kehidupan manusia berjalan mudah, lancar, aman, dan nyaman.

Sebagai satu-satunya BUMN yang menangani seluruh aspek kelistrikan di Indonesia, PT. PLN (Persero) masih memiliki berbagai permasalahan dan kekurangan mulai dari masalah buruknya kualitas

Hak Cipta Diindungi 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 UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

pelayanan, kurangnya efisiensi, terjadinya pencatatan meter yang salah, adanya daerah-daerah terpencil yang masih belum dapat merasakan fasilitas arus listrik secara memadai, serta permasalahan terkait tingginya jumlah tunggakan pembayaran pelanggan. Dengan masih banyaknya kekurangan yang dimiliki oleh PT. PLN (Persero) maka dilakukan upaya tindakan baik dari sisi manajemen maupun upaya inovasi untuk meningkatkan kapabilitas dan kualitas PT. PLN (Persero) dalam memberikan pelayanan publik. Untuk mengatasi permasalahan yang ada, salah satu upaya inovasi yang dilakukan PT. PLN (Persero) adalah dengan meluncurkan produk layanan listrik Prabayar (**Aninnas, 2013**).

Listrik Prabayar merupakan solusi isi ulang dari PLN. Dengan listrik Prabayar, setiap pelanggan bisa mengendalikan penggunaan listrik sendiri sesuai kebutuhan dan kemampuannya. Tujuan meluncurkan produk layanan listrik Prabayar diharapkan dapat menguntungkan pelanggan karena dengan menggunakan layanan tersebut pelanggan dapat mengatur pemakaian listrik dan dapat mematok anggaran biaya listrik bulanan. Inovasi program listrik yang diciptakan oleh PT. PLN (Persero) mendapat respon baik dari para pelanggan.

Dikatakan juga bahwa sebuah kenyataan aktivitas kehidupan modern sangat bergantung pada ketersediaan energi listrik. Setiap perusahaan selalu melakukan pemasaran untuk mendapatkan perhatian pelanggan, PT. PLN (Persero) memakai prinsip menjadikan tenaga listrik sebagai media untuk meningkatkan kualitas kehidupan masyarakat.

Hak Cipta Diindungi 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 UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

**Tjiptono (2019:47)** menuturkan bahwa susah dibayangkan ada perusahaan yang langgeng tanpa ada pelanggan yang puas. Kepuasan pelanggan merupakan elemen pokok dalam pemikiran dan praktik pemasar modern. Persaingan dapat dimenangkan apabila perusahaan mampu menciptakan dan mempertahankan pelanggan. Kuncinya terletak pada kemampuan memahami perilaku konsumen sasaran secara komprehensif, kemudian memanfaatkan pemahaman itu dalam merancang, mengkomunikasikan, dan menyampaikan program pemasaran secara lebih efektif dibandingkan para pesaing.

Menurut **Tjiptono (2019:54)** perilaku konsumen adalah perilaku yang ditunjukkan oleh konsumen untuk mencari, membeli, menggunakan, mengevaluasi dan menghentikan konsumsi produk dan jasa yang mereka harapkan dapat memuaskan kebutuhan mereka. Sebagai bidang studi, perilaku konsumen berfokus pada proses konsumsi yang dialami konsumen dalam rangka memenuhi kebutuhan dan keinginannya, serta proses menggunakan dan menransformasi barang, jasa, atau gagasan menjadi nilai (*value*).

Menurut **Juniawan dan Kusuma (2017)** *Customer Switching* adalah perilaku di mana konsumen meneruskan untuk menggunakan kategori jasa, tetapi mengganti dari penyedia jasa yang satu ke penyedia jasa lainnya. Beberapa pelanggan lebih memilih berpindah ke layanan jasa lain karena kelebihan yang ditawarkan dapat memenuhi kebutuhannya.

Hak Cipta Diindungi 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 UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

Harga merupakan faktor yang paling dominan memengaruhi perilaku berpindahnya pelanggan.

Menurut **Fuad, et al. (2001:129)** harga merupakan sejumlah kompensasi (uang maupun barang, kalau mungkin) yang dibutuhkan untuk mendapatkan sejumlah kombinasi barang atau jasa. Pada saat ini, bagi sebagian besar anggota masyarakat, harga masih menduduki tempat teratas sebagai penentu dalam keputusan untuk membeli suatu barang atau jasa.

Jika pemasar memahami kebutuhan pelanggan dengan baik dan menetapkan harga sesuai dengan kondisi keuangan pelanggan, maka produk atau jasa ini akan terjual dengan mudah. Pemasaran dapat mempengaruhi kebutuhan, keinginan dan permintaan pelanggan yang dimana semuanya ini saling berhubungan.

Pelanggan kini memiliki tuntutan nilai yang jauh lebih besar dan beragam apabila tuntutan tersebut tidak terpenuhi maka konsumen akan mencari alternatif lain yang lebih baik. Kebutuhan mencari variasi (*variety seeking*) adalah sebuah komitmen kognitif untuk membeli merek yang berbeda karena berbagai alasan yang berbeda, keinginan baru atau timbulnya rasa bosan pada sesuatu yang telah lama dikonsumsi (**Peter dan Olson, 2003:183**). Perpindahan merek dapat muncul karena adanya *variety seeking*.

Perilaku beralih dapat berasal dari sangat beragamnya penawaran produk lain, atau karena terjadi masalah dengan produk yang sudah dibeli. *Switching behavior* atau *variety seeking* didefinisikan sebagai kebebasan

memilih yang lebih disukai terhadap sebuah item khusus. (Menon, Satya dan Khan, Barbara E).

Perilaku *switching* yang timbul akibat adanya perilaku *variety seeking* perlu mendapat perhatian dari pemasar. Perilaku ini tidak hanya cenderung terjadi pada produk yang memerlukan tingkat keterlibatan yang rendah, akan tetapi terjadi juga pada produk dengan tingkat keterlibatan tinggi (*high involvement*). Tingkat keterlibatan produk dikatakan tinggi, apabila konsumen melibatkan banyak faktor pertimbangan dan informasi yang harus diperolehnya sebelum keputusan untuk membeli diambil. Termasuk dalam faktor pertimbangan tersebut adalah faktor resiko, yaitu resiko performance, fisik, keuangan dan waktu.

Proses pembelian konsumen yang melibatkan pengambilan keputusan khususnya dalam kondisi *limited decision making*, akan memposisikan konsumen pada situasi untuk berperilaku *variety seeking*. Pada waktu tingkat keterlibatan konsumen rendah, konsumen akan cenderung untuk berpindah merek, mencari merek lain di luar pasar dan situasi ini menempatkan konsumen dalam sebuah usaha mencari variasi lain. Selain itu faktor harga juga berperan penting. Kesalah dalam penetapan harga menyebabkan konsumen merasa dirinya tidak berada pada kelas merek tersebut dan memutuskan untuk menggunakan merek lain.

Hal ini dapat terjadi karena pencarian variasi adalah motif konsumen yang cukup lazim. Konsumen yang mempunyai keterlibatan

#### Hak Cipta Diindungi 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 UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

**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 UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

emosional yang rendah terhadap suatu merek akan mudah berpindah pada merek pesaing (**Hartono, 2018**).

Awalnya masyarakat hanya menggunakan layanan listrik pascabayar, kini Perusahaan Listrik Negara atau PLN menyediakan pelayanan listrik pintar atau listrik Prabayar. Layanan listrik pascabayar dirasakan oleh masyarakat di mana pelanggan menggunakan listrik terlebih dahulu kemudian akan membayar tagihan listrik sesuai dengan penggunaannya setiap bulan. Tahun 2008, PT PLN telah meluncurkan inovasi baru yaitu listrik Prabayar, di mana berfungsi dapat memberikan kemudahan bagi penggunanya dalam melakukan pengisian atau pembayaran listrik.

Adanya inovasi sistem pembayaran listrik Prabayar diharapkan masyarakat atau rumah tangga akan bersedia untuk migrasi internal atau melakukan peralihan dari listrik pascabayar menjadi listrik Prabayar. Inovasi listrik Prabayar menawarkan berbagai kelebihan, sehingga diharapkan mampu memberikan lebih banyak kepuasan kepada pelanggan dan dapat mengurangi jumlah tunggakan-tunggakan listrik serta biaya operasional yang ditanggung setiap bulan oleh PT PLN (**Isniahnia, Karnowahadi, & Nurkhayati, 2019**).

Pada sistem listrik Prabayar, pelanggan harus mengeluarkan uang atau membayar dulu energi listrik yang akan dikonsumsi. Contohnya dalam melakukan pengisian atau pembelian kuota energi listrik pengguna hanya cukup membawa nomor token untuk melakukan pembelian listrik

**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 UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

yang bersifat voucher. Saat ini sudah terdapat banyak tempat untuk membeli token listrik, pelanggan bisa membelinya di minimarket, di agen pulsa, melalui layanan pembayaran digital, hingga *mobile banking*. Nominal yang disediakan dalam voucher energi listrik mulai dari Rp. 20.000.

Dari studi pendahuluan di atas dapat disimpulkan bahwa pemakaian listrik Prabayar dapat disesuaikan dengan anggaran belanja, dengan demikian tidak akan ada biaya listrik yang tidak terkendali ataupun menunggak.

**Tabel 1.1 Data Pelanggan PT . PLN ULP Panam Kelurahan Tuah Karya, Kecamatan Tampan 2016-2020 yang beralih dari pelanggan pascabayar ke Prabayar.**

TAHUN	JUMLAH PELANGGAN
2016	97
2017	402
2018	476
2019	448
2020	256

**Sumber: Data PT. PLN ULP Panam, Kelurahan Tuah Karya, Kecamatan Tampan, 2020.**

Dari data di atas menunjukkan bahwa sektor rumah tangga merupakan sektor yang paling banyak menggunakan energi listrik.

#### 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 UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

Berdasarkan Gambar 1 Jumlah pelanggan rumah tangga PT. PLN ULP Panam, Kelurahan Tuah Karya, Kecamatan Tampan yang telah menggunakan listrik Prabayar sampai dengan tahun 2020 yaitu sebanyak 1.679 pelanggan, ini menunjukkan bahwa jumlah pelanggan yang menggunakan listrik Prabayar terus mengalami peningkatan dari tahun 2016 di PT. PLN ULP Panam, Kelurahan Tuah Karya, Kecamatan Tampan. Jumlah pelanggan listrik Prabayar dari sektor rumah tangga meningkat 97 pelanggan menjadi 402 pelanggan pada tahun 2017. Pelanggan yang menggunakan listrik Prabayar memperlihatkan tren penurunan dari 448 tahun 2019 menjadi 256 tahun 2020. Terjadinya penurunan pelanggan dikarenakan saat ini pelanggan PLN pasang baru wajib menggunakan Prabayar.

Berdasarkan latar belakang dan fenomena yang terdapat di lapangan maka penulis tertarik untuk meneliti lebih jauh tentang permasalahan ini dan menjadikan suatu karya ilmiah skripsi yang berjudul **“ANALISIS FAKTOR-FAKTOR YANG MEMPENGARUHI PERILAKU SWITCHING DARI PELANGGAN PASCABAYAR KE PRABAYAR PADA PT. PLN ULP PANAM)”**

#### 1. Perumusan Masalah

Berdasarkan dari latar belakang yang telah diuraikan diatas, maka dapat dirumuskan permasalahan dalam penelitian ini yaitu:



#### 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 UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

1. Apakah harga berpengaruh secara parsial terhadap perilaku *switching* dari pelanggan pascabayar ke prabayar pada pelanggan PT. PLN ULP Panam Kelurahan Tuah Karya Kecamatan Tampan?
2. Apakah *variety seeking* berpengaruh secara parsial terhadap perilaku *switching* dari pelanggan pascabayar ke prabayar pada pelanggan PT. PLN ULP Panam Kelurahan Tuah Karya Kecamatan Tampan?
3. Apakah harga dan *variety seeking* berpengaruh secara simultan terhadap perilaku *switching* dari pelanggan pascabayar ke prabayar pada pelanggan PT. PLN ULP Panam Kelurahan Tuah Karya Kecamatan Tampan?
4. Manakah pengaruh yang dominan mempengaruhi perilaku *switching* dari pelanggan pascabayar ke prabayar antara harga dan *variety seeking* pada pelanggan PT. PLN ULP Panam Kelurahan Tuah Karya Kecamatan Tampan?

#### Tujuan Penelitian

Berdasarkan perumusan masalah pada penelitian diatas maka tujuan penelitian ini adalah:

1. Untuk mengetahui apakah harga berpengaruh secara parsial terhadap perilaku *switching* dari pelanggan pascabayar ke prabayar pada pelanggan PT. PLN ULP Panam Kelurahan Tuah Karya Kecamatan Tampan.
2. Untuk mengetahui apakah *variety seeking* berpengaruh secara parsial terhadap perilaku *switching* dari pelanggan pascabayar ke prabayar

**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 UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

pada pelanggan PT. PLN ULP Panam Kelurahan Tuah Karya Kecamatan Tampan.

3. Untuk mengetahui apakah harga dan *variety seeking* berpengaruh secara simultan terhadap perilaku *switching* dari pelanggan pascabayar ke prabayar pada pelanggan PT. PLN ULP Panam Kelurahan Tuah Karya Kecamatan Tampan.
4. Untuk mengetahui manakah pengaruh yang dominan mempengaruhi perilaku *switching* dari pelanggan pascabayar ke prabayar antara harga dan *variety seeking* pada pelanggan PT. PLN ULP Panam Kelurahan Tuah Karya Kecamatan Tampan.

**Manfaat Penelitian**

1. Bagi Penulis

Penelitian ini memberikan kesempatan kepada penulis untuk mengaplikasikan ilmu dan teori yang dipelajari selama ini. Selain itu diharapkan dapat menambah wawasan pengetahuan khususnya dalam bidang manajemen pemasaran.

2. Bagi Perusahaan

Hasil penelitian ini diharapkan dapat menjadi bahan masukan dalam meningkatkan strategi dalam melakukan pemasaran.

3. Bagi Akademik

Hasil penelitian diharapkan Dapat memberikan kontribusi ilmu pengetahuan terhadap pemasaran. Penelitian ini juga dapat dijadikan

**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 UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

dasar untuk pihak-pihak yang ingin melakukan penelitian selanjutnya dengan menggunakan penelitian yang sama.

4. Bagi Pembaca

Penelitian ini diharapkan dapat menambah referensi dan wacana untuk mengembangkan ilmu pengetahuan tentang manajemen pemasaran khususnya yang berhubungan dengan harga dan *variety seeking*.

**Sistematika Penulisan Penelitian**

Pembahasan dalam penelitian ini untuk memberikan gambaran yang lebih terarah dan jelas mengenai penelitian yang dilakukan, maka dari itu dapat disusun sistematika penulisan yang berisikan informasi mengenai materi dan hal-hal yang akan dibahas yaitu:

**BAB I : PENDAHULUAN**

Pada bab ini akan dibahas mengenai latar belakang masalah, perumusan masalah, tujuan penelitian, manfaat penelitian, dan sistematika penulisan.

**BAB II : TELAAH PUSTAKA**

Bab ini akan menjelaskan mengenai landasan teori yang mendukung penelitian, hipotesis, kerangka pemikiran, konsep operasional variabel, pandangan islam dan penelitian terdahulu.

**BAB III : METODOLOGI PENELITIAN**

**Hak Cipta Diindungi 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 UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

Bab ini berisi tentang lokasi penelitian, jenis sumber data, populasi dan sampel, teknik pengumpulan data, dan analisis data yang digunakan.

**BAB IV : GAMBARAN UMUM**

Bab ini tentang gambaran umum subyek penelitian.

**BAB V : HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN**

Merupakan bagian tentang hasil penelitian dan pembahasan dari permasalahan sesuai dengan variabel-variabel yang diteliti.

**BAB VI : PENUTUP**

Berisi tentang kesimpulan dan saran yang membangun untuk kemajuan yang akan datang.

**DAFTAR PUSTAKA**

**LAMPIRAN-LAMPIRAN**

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 UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

## BAB II

### TELAAH PUSTAKA

#### Perilaku Konsumen

Menurut **Tjiptono (2019: 54)** perilaku konsumen adalah aktivitas-aktivitas individu dalam pencarian, pengevaluasian, pemerolehan, pengkonsumsian, dan penghentian pemakaian barang dan jasa. Sedangkan menurut **Umar (2005:50)** perilaku konsumen didefinisikan sebagai suatu tindakan yang langsung dalam mendapatkan, mengkonsumsi serta menghabiskan produk dan jasa, termasuk proses keputusan yang mendahului dan menyusuli tindakan tersebut.

Menurut **Sudarsono (2020:15)** perilaku konsumen adalah proses dan aktivitas ketika seseorang berhubungan dengan pencarian, pemilihan, pembelian, penggunaan, serta pengevaluasian produk dan jasa demi memenuhi kebutuhan segmentasi targeting dan keinginan. Perilaku konsumen merupakan hal-hal yang mendasari konsumen untuk membuat keputusan pembelian.

Dari beberapa definisi di atas penulis menyimpulkan bahwa pada dasarnya perilaku konsumen merupakan perilaku yang berhubungan dengan usaha untuk mendapatkan produk guna memenuhi kebutuhannya. Sepanjang proses yang berawal dari timbulnya kebutuhan sampai pada keputusan beli, mengkonsumsi produk dan menyingkirkan produk bila sudah habis atau tidak digunakan lagi.

Hak Cipta Diindungi 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 UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

Menurut **Tjiptono (2019:49)** Ada 3 alasan fundamental yang patut dicermati dalam memahami perilaku konsumen:

1. Untuk meningkatkan kinerja bisnis. Para pelaku bisnis atau pemasar perlu mempelajari perilaku konsumen atau memanfaatkan hasil dan rekomendasi riset perilaku konsumen untuk meningkatkan kinerja bisnisnya melalui perancangan *customer-focused strategies*. Tujuan bisnis (laba, pertumbuhan, pangsa pasar, dan seterusnya) dapat diwujudkan melalui penciptaan kepuasan pelanggan.
2. Untuk mempengaruhi kebijakan publik. Melalui pemahaman mendalam atas perilaku konsumen, kita dapat memperjuangkan perbaikan kesejahteraan masyarakat secara umum dan mendorong kebijakan publik (peraturan dan ketentuan) yang melindungi kepentingan konsumen. Kebutuhan dan keinginan publik wajib dipahami pihak-pihak yang terkait dalam rangka menghindari praktik bisnis adil, tidak etis, dan berbahaya.
3. Untuk mengedukasi, memberdayakan, dan membantu konsumen membuat keputusan pembelian dan konsumsi yang lebih bijak. Salah satu yang tidak bisa dipungkiri adalah bahwa setiap orang adalah konsumen.

Menurut **Saladin (2010:58)** manajemen pemasaran harus memahami perilaku konsumen pasar sasaran. Salah satu pasar sasaran itu adalah pasar konsumen (*consumer market*). Pasar Konsumen terdiri atas

individu dan rumah tangga yang membeli atau memperoleh barang dan jasa untuk konsumsi pribadi.

Secara sistematis **Tjiptono (2019:50-52)**, perilaku konsumen berkenaan dengan pemahaman atas sejumlah keputusan, yakni:

1. *Whether to buy*, artinya sewaktu konsumen mendapat tambahan uang, misalnya ia bakal memutuskan apakah akan membelanjakan uang tersebut atau menabungnya. Keputusan tersebut dipengaruhi sejumlah faktor, di antaranya tujuan pribadi, persepsi terhadap keamanan finansial, urgensi pembelian dan seterusnya.
2. *What to buy*, apa yang dibeli bisa berupa perbandingan antar kategori produk maupun antar merek.
3. *Why (reason to buy)*, alasan konsumen membeli produk spesifik bisa beraneka ragam, seperti pemenuhan kebutuhan, nilai, atau tujuan pribadi.
4. *How to buy, use or dispose products*. Cara konsumen mendapatkan produk dapat diklasifikasikan ke delapan kategori: *buying* (membeli), *trading* (menukar tambah produk lama dengan produk baru), *renting* atau *leasing* (menyewa), *bartering* (menukar barang/jasa dengan barang/jasa lainnya tanpa melibatkan uang), *gifting* (menerima hadiah), *finding* (menemukan barang hilang atau yang dibuang orang lain), *stealing* (mencuri, termasuk di dalamnya praktik mengunduh secara ilegal perangkat lunak, *e-book*, film, musik, maupun materi digital lainnya), dan *sharing* (berbagi atau meminjam dari orang lain).

#### 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 UIN Suska Riau.

2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

#### 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 UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

Cara konsumen menggunakan produk merupakan salah satu perhatian para pemasar.

5. *When to buy, timing* perilaku konsumen tergantung pada sejumlah faktor, seperti persepsi terhadap waktu dan sikap atas waktu.
6. *Where to buy*, konsumen memiliki banyak pilihan untuk tempat berbelanja seperti di pasar tradisional maupun situs belanja online.
7. *How much, how often, how long to buy*, artinya keputusan ini amat tergantung pada masing-masing individu dan antar budaya.

### 2.1.1 Faktor-faktor Perilaku Konsumen

Menurut **Sudarsono (2020:15-16)** banyak faktor yang mempengaruhi individu sebagai konsumen untuk memilih suatu produk.

Perilaku konsumen dipengaruhi oleh 4 faktor:

#### 1. Kultural

Faktor budaya adalah segala hal tentang nilai, pemikiran, simbol yang mempengaruhi perilaku, sikap, kepercayaan dan kebiasaan seseorang dan masyarakat. Adapun unsur-unsur budaya antara lain budaya, subbudaya, dan kelas sosial.

#### 2. Sosial

Pengaruh keluarga yaitu keluarga memberikan pengaruh yang besar dalam perilaku pembelian. Para pelaku pasar telah memeriksa peran dan pengaruh suami, istri, dan anak dalam pembelian produk yang berbeda. Selain itu posisi seseorang individu di dalam keluarganya,



pekerjaannya, dan kelompok teman-temannya juga ikut mempengaruhi.

### 3. Personal

Keputusan dan perilaku pembelian jelas juga dipengaruhi oleh karakteristik masing-masing konsumen. Keputusan pembelian juga dipengaruhi oleh karakteristik pribadi, antara lain sebagai berikut usia, pekerjaan, kepribadian dan konsep diri, situasi ekonomi dan gaya hidup.

### 4. Psikologi

Pilihan pembelian seseorang dipengaruhi oleh empat faktor psikologis utama yaitu motivasi, persepsi, pembelajaran, keyakinan dan sikap. Hal-hal seperti citra inovasi, kreativitas, keberanian dan keunikan mampu menarik konsumen untuk menerima dan mendapatkan produk dan jasa yang diinginkan.

## **Costumer Switching Behavior (Perilaku Perpindahan Pelanggan)**

Menurut **(Ramadhon, 2013)** perilaku konsumen (*consumer behavior*) merupakan studi tentang unit pembelian (*buying units*) dan proses pertukaran yang melibatkan perolehan, konsumsi dan pembuangan barang, jasa, pengalaman serta ide-ide demi memenuhi kebutuhan dan keinginan. Menurut **(Wibowo, 2013)** bagi pelanggan jasa, hal ini dapat digambarkan sebagai pertimbangan untuk menggunakan kategori jasa yang sama tetapi pindah atau beralih dari satu penyedia jasa ke penyedia jasa lain.

### Hak Cipta Diindungi 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 UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

Hak Cipta Diindungi 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 UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

**Hussain dan Rizwan (2014)** mengemukakan bahwa dimensi

*customer switching behavior* adalah:

1. *Intend* adalah niat yang muncul dari konsumen untuk beralih ke penyedia layanan lain.
2. *Need* adalah keperluan yang dimiliki oleh konsumen untuk dipenuhi, hal ini dapat terjadi apabila kebutuhan dari konsumen tidak dapat dipenuhi oleh penyedia layanan sehingga dirasakan perlu untuk mencari penyedia layanan lain.
3. *Dissapoinment* adalah perasaan kecewa yang dialami oleh konsumen kepada penyedia layanan jasa terhadap pelayanan yang diberikan, sehingga menimbulkan perasaan kecewa kepada perusahaan.

### 2.2.1 Tipe-tipe *Switching Behavior*

Menurut **Siddiqui (2011)** perpindahan jasa dapat terjadi secara total maupun parsial.

#### 1. Perpindahan Total

Perpindahan total biasanya mudah untuk diamati, dimana pengguna memutuskan untuk berhenti dan memilih menggunakan penyedia jasa lain untuk memenuhi kebutuhan mereka di masa mendatang. Sedangkan perpindahan parsial adalah hilangnya bagian bisnis pelanggan, dimana perpindahan ini lebih sulit diamati bila dibandingkan dengan perpindahan total.

#### 2. Perpindahan Parsial

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 UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

Perpindahan parsial ini dapat terjadi dalam dua cara yaitu pengguna bergeser kepada penyedia jasa lain dalam beberapa layanan atau pengguna dapat menggunakan penyedia jasa lain untuk membantu memenuhi kebutuhan informasinya.

## 2.2.2 Faktor-faktor Penyebab *Costumers Switching Behavior*

Faktor-faktor penyebab perilaku berpindahnya pengguna menurut Keaveney (1995) dalam Noviana (2017) dapat dijelaskan sebagai berikut:

### 1. *Core Service Failures* (Kegagalan Jasa Utama)

Layanan inti (*core service*) dalam layanan jasa berkaitan erat dengan kualitas layanan. Sehingga sangat penting bagi penyedia layanan jasa untuk menjaga kualitas layanan jasa untuk dapat memberikan kepuasan kepada pengguna. Apabila terjadi kesalahan atau kegagalan dalam pemberian layanan jasa akan dapat secara langsung dirasakan oleh pengguna. Faktor *core services failures* menjadi salah satu faktor penyebab berpindahnya konsumen ke perusahaan lain. Kegagalan layanan utama meliputi seluruh kejadian kritis yang diawali oleh kesalahan pada layanan, dan ketidakpuasan akan layanan (Shukla, 2009).

### 2. *Services Encounter Failures* (Kegagalan Pelayanan)

Faktor *services encounter failures* (kegagalan pelayanan) merupakan interaksi personal antara pelanggan dengan karyawan menjadi salah satu faktor penyebab berpindahnya konsumen ke perusahaan lain. Konstruk kegagalan pelayanan dapat diwakili oleh indikator

kesopanan karyawan dan kecukupan pengetahuan karyawan. Penyebabnya karena sikap karyawan yang antara lain: 1) kurang perhatian, 2) sikap kasar, 3) tidak tanggap, dan 4) kurang menguasai lingkup pekerjaannya. Kurangnya pengetahuan karyawan akan pekerjaannya dapat mengakibatkan lambannya pelayanan kepada pelanggan sehingga penyelesaian masalah menjadi lama.

3. *Pricing* (pemberian harga)

*Faktor pricing* (pemberian harga) menjadi salah satu faktor penyebab pindahnya konsumen ke perusahaan jasa lain. Kategori pemberian faktor harga antara lain adalah tarif, biaya, denda, ataupun harga promosi. Keputusan-keputusan penetapan harga sangat berarti dalam menentukan nilai bagi konsumen. Pelanggan akan merasa biaya yang dikenakan kepadanya tinggi kalau manfaat yang diterimanya dirasakan lebih rendah. Jika hal ini terjadi maka pelanggan akan merasa dirugikan, tidak puas dan timbullah keinginan untuk pindah ke penyedia jasa lain yang dirasakan dapat memenuhi harapannya.

4. *Inconvenience* (Ketidaknyamanan)

Faktor *inconvenience* (ketidaknyamanan) menurut menjadi salah satu faktor penyebab berpindahnya konsumen ke perusahaan jasa lain. Ketidaknyamanan sendiri diakibatkan oleh ketidakterediaan layanan, lokasi penyedia jasa, kenyamanan ruang tunggu, dan waktu menunggu untuk dilayani. Layanan yang kurang membuat konsumen merasa kecewa. Lokasi penyedia jasa yang tidak mudah untuk dijangkau akan

Hak Cipta Diindungi 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 UIN Suska Riau.

2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

membuat pelanggan enggan untuk melakukan aktivitas di penyedia jasa tersebut, dampaknya pelanggan akan mencari penyedia jasa yang lebih mudah untuk dijangkaunya. Hal yang kurang diinginkan membuat pelanggan merasa tidak nyaman. Selain itu, waktu menunggu untuk dilayani, apabila pelanggan terlalu lama untuk dilayani akan membuatnya merasa jenuh ataupun merasa kehilangan banyak waktu untuk menunggu. Akibatnya merasa kecewa dan tidak puas atas layanan yang diterimanya. Pengalaman buruk ini dapat saja menimbulkan keinginan untuk berpindah ke penyedia jasa lain yang dapat memberikan layanan sesuai harapannya.

5. *Response To Failed Services* (Tanggapan Karyawan atas Kegagalan Jasa)

Kategori “*employee responses to services failures*” memasukkan pengalaman switching yang kritis, dimana pengguna berpindah bukan karena kegagalan layanan, tetapi karena pelayanan yang gagal diberikan secara sepenuhnya oleh pemberi jasa layanan sehingga konsumen merasa perlu untuk melakukan switching. Faktor *employee response to failed services* (tanggapan karyawan atas kegagalan jasa) merupakan terjadinya perpindahan konsumen karena kegagalan perusahaan penyedia jasa dalam menangani situasi yang terjadi. Tanggapan karyawan atas kegagalan jasa dikategorikan menjadi tiga, yakni respon dengan penolakan/enggan, kesalahan dalam memberikan respon, dan adanya respon negatif.

Hak Cipta Diindungi 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 UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

Hak Cipta Diindungi 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 UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

6. *Attraction by Competitor* (Kemenarikan Pesaing)

Faktor *attraction by competitor* (kemenarikan pesaing) terjadi pada saat pelanggan menceritakan perpindahannya ke perusahaan penyedia jasa lain yang bisa memberikan layanan yang lebih baik dibandingkan dengan perusahaan penyedia jasa sebelumnya yang menyebabkan ketidakpuasannya. Hal tersebut dikarenakan alasan kualitas layanan yang lebih baik, pelayanan yang lebih baik, dan lebih dapat diandalkan.

7. *Variety seeking* (Kebutuhan Mencari Variasi)

Persepsi konsumen terhadap permasalahan yang ada pada layanan jasa sehingga menimbulkan keinginan pengguna untuk mencari variasi terhadap layanan jasa lain. Pengguna selalu ingin mencari variasi untuk terus mencoba berbagai macam layanan informasi lain untuk dapat memberikan kepuasan terbaik dengan melakukan berbagai macam layanan jasa informasi lain secara terus-menerus.

2.1.3 Indikator *Switching Behaviour*

Indikator yang digunakan **Irawan, dkk (2010)** untuk mengukur perpindahan merek sebagai berikut:

1. Mencari informasi

Perpindahan pelanggan terjadi karena ketidakpuasannya dalam menggunakan sebuah produk sehingga akan mencari informasi melalui media cetak maupun lainnya.

2. Ingin merasakan yang berbeda

#### 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 UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

Ingin merasakan yang berbeda merupakan keinginan konsumen yang merasa jenuh dengan merek yang dipakainya.

### 3. Niat

Merupakan maksud atau keinginan dari konsumen untuk perpindahan merek.

### Harga

Menurut **Alma (2018:171)** di dalam ekonomi teori, pengertian, harga, nilai dan *utility* merupakan konsep yang paling berhubungan. Yang dimaksud dengan *utility* ialah suatu atribut yang melekat pada suatu barang, yang memungkinkan barang tersebut dapat memenuhi kebutuhan (*needs*), keinginan (*wants*) dan memuaskan konsumen (*satisfaction*). Value adalah nilai suatu produk untuk ditukarkan dengan produk lain. Nilai ini dapat dilihat dalam situasi barter yaitu pertukaran antara barang dengan barang. Sekarang ini ekonomi kita tidak melakukan barter lagi, akan tetapi sudah menggunakan uang sebagai ukuran yang disebut harga. Jadi harga (*price*) adalah nilai suatu barang yang dinyatakan dengan uang.

Bagi konsumen, harga merupakan salah satu faktor terpenting dalam keputusan pembelian. Pada banyak kategori produk, sekalipun kualitas bagus, belum tentu konsumen mampu membeli jika harganya terlampau mahal. Dalam konteks *green marketing* (pembelian produk ramah lingkungan), misalnya, sejumlah riset menunjukkan bahwa sekalipun konsumen menyatakan bahwa mereka peduli akan isu-isu

Hak Cipta Diindungi 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 UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

lingkungan sewaktu disurvei, seperti listrik prabayar harga sebagai faktor yang lebih dominan dalam suatu pembelian.

Menurut **Tjiptono (2019:289)** harga juga memainkan peran strategik bagi perusahaan. Bila harga terlalu mahal, maka produk bersangkutan bakal tidak terjangkau oleh pasar sasaran tertentu atau bahkan *customer value* menjadi rendah. Sebaliknya, jika harga terlampau murah, perusahaan sulit mendapatkan laba atau sebagian konsumen mempersepsikan kualitasnya buruk. Lebih susah lagi bila terpaksa harus menaikkan harga sebuah produk yang barusan diluncurkan karena salah satu kalkulasi biaya.

**Tjiptono (2019:290)** mengatakan bahwa elemen-elemen bauran pemasaran lainnya, bila dipergunakan secara tepat, harga dapat menjadi senjata strategik untuk bersaing secara efektif. Dibandingkan tiga elemen bauran pemasaran yang lain (produk, distribusi, dan promosi), harga relatif lebih fleksibel. Oleh sebab itu, penetapan harga secara tepat merupakan faktor penting dalam menentukan kesuksesan perusahaan dalam jangka pendek dan jangka panjang.

Dari beberapa definisi harga di atas dapat disimpulkan bahwa harga adalah sejumlah uang yang harus dikeluarkan oleh konsumen untuk mendapatkan suatu produk atau jasa yang dibelinya guna memenuhi kebutuhan maupun keinginannya dan mendapatkan manfaat yang diperoleh dari suatu barang maupun jasa bagi seseorang.



### 2.3.1 Tujuan Penetapan Harga

Tujuan penetapan harga menurut **Tjiptono (2019:292)** terdapat 5 tujuan yaitu :

1. Tujuan berorientasi pada laba

Asumsi teori ekonomi klasik menyatakan bahwa setiap perusahaan selalu memilih harga yang dapat menghasilkan laba terbesar. Tujuan ini dikenal dengan istilah maksimisasi laba. Dalam era persaingan global yang kondisinya sangat kompleks dan banyak variabel yang berpengaruh terhadap daya saing setiap perusahaan, maksimisasi laba sangat sulit dicapai, karena sukar sekali untuk dapat memperkirakan secara akurat jumlah penjualan yang dapat dicapai pada tingkat harga tertentu. Dengan demikian, tidak mungkin sebuah perusahaan dapat mengetahui secara pasti tingkat harga yang dapat menghasilkan laba maksimum.

Oleh sebab itu, ada pula perusahaan yang menggunakan pendekatan target laba, yaitu tingkat laba yang sesuai atau yang diharapkan sebagai sasaran laba. Ada dua jenis target laba yang biasa digunakan, yaitu target margin dan target ROI (*Return On Investment*). Target margin merupakan target laba sebuah produk yang dinyatakan sebagai persentase yang mencerminkan rasio laba terhadap terhadap penjualan. Sedangkan target ROI merupakan target laba sebuah produk yang dinyatakan sebagai rasio laba terhadap investasi total

#### Hak Cipta Diindungi 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 UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

Hak Cipta Diindungi 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 UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

yang dilakukan perusahaan dalam fasilitas produksi dan aset yang mendukung produk tersebut. penjualan.

2. Tujuan berorientasi pada volume

Selain tujuan berorientasi pada laba, ada pula perusahaan yang menetapkan harganya berdasarkan tujuan yang berorientasi pada volume tertentu atau yang biasa dikenal dengan istilah *volume pricing objectives*. Harga ditetapkan sedemikian rupa agar dapat mencapai target volume penjualan (dalam ton, kg, unit m<sup>3</sup>, dan lain-lain), nilai penjualan (Rp) atau pangsa pasar (absolut maupun relatif).

3. Tujuan berorientasi pada citra

Citra (*image*) sebuah perusahaan dapat dibentuk melalui strategi penetapan harga. Perusahaan dapat menetapkan harga mahal untuk membentuk atau mempertahankan citra prestisius. Sementara itu, harga murah dapat digunakan untuk membentuk citra nilai tertentu (*image of value*), misalnya dengan memberikan jaminan bahwa harganya merupakan harga yang terendah di suatu wilayah tertentu. Pada hakikatnya, baik penetapan harga mahal maupun murah bertujuan untuk meningkatkan persepsi konsumen terhadap keseluruhan bauran produk yang ditawarkan perusahaan.

4. Tujuan stabilisasi harga

Dalam pasar yang konsumennya sangat sensitif terhadap harga, bila sebuah perusahaan menurunkan harganya, maka para pesaingnya harus menurunkan pula harga dalam industri-industri tertentu yang

**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 UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

produknya sangat terstandarisasi. Tujuan stabilisasi dilakukan dengan jalan menetapkan harga untuk mempertahankan harga yang stabil antara harga sebuah perusahaan dan harga pemimpin industri (*industry leader*).

5. Tujuan-tujuan lainnya

Harga dapat pula ditetapkan dengan tujuan mencegah masuknya pesaing, mempertahankan loyalitas pelanggan, mendukung penjualan ulang, mendapatkan aliran kas secepatnya, atau menghindari campur tangan pemerintah. Organisasi laba juga dapat menentukan tujuan penetapan harga yang berbeda, misalnya untuk mencapai *partial cost recovery*, *full cost recovery*, atau untuk menetapkan *social price*.

Tujuan-tujuan penetapan harga di atas memiliki implikasi penting terhadap strategi bersaing perusahaan. Tujuan yang ditetapkan harus konsisten dengan cara yang ditempuh perusahaan dalam menempatkan posisi relatifnya dalam persaingan. Sebagai contoh, pemilihan tujuan berorientasi pada laba mengandung makna bahwa perusahaan akan mengabaikan harga para pesaing. Pilihan ini cocok ditetapkan dalam tiga kondisi:

- a. Tidak ada pesaing.
- b. Perusahaan beroperasi pada kapasitas produksi maksimum.
- c. Harga bukanlah merupakan atribut yang penting bagi pembeli.

#### Hak Cipta Diindungi 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 UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

Berbeda dengan tujuan berorientasi pada laba, pemilihan tujuan berorientasi pada volume dilandaskan pada strategi mengalahkan atau mengatasi persaingan. Sedangkan tujuan stabilisasi harga didasarkan pada strategi menghadapi atau memenuhi tuntutan persaingan. Dalam tujuan berorientasi pada volume dan stabilisasi, perusahaan harus dapat memantau dan mengantisipasi tindakan-tindakan pesaingnya. Dalam tujuan berorientasi pada citra, perusahaan berusaha menghindari persaingan dengan jalan melakukan diferensiasi produk atau dengan jalan melayani segmen pasar khusus.

### 2.3.2 Faktor Biaya dalam Penetapan Harga

Biaya ialah setiap pengorbanan untuk membuat suatu barang atau memperoleh suatu barang, yang bersifat ekonomis rasional. Jadi dalam pengorbanan ini tidak boleh mengandung unsur pemborosan, sebab segala pemborosan termasuk unsur krugian, tidak dibebankan ke harga pokok. Lebih lanjut dapat dirinci, pengorbanan yang dapat dikatakan biaya apabila memenuhi kriteria biaya berikut:

- a. Dapat dihitung
- b. Dapat diduga sebelumnya
- c. *Inheren* (melekat) pada produksi
- d. Tidak dapat dihindarkan **Alma (2018:171)**.

### 2.3.3 Indikator Harga

Indikator yang mencirikan harga yang digunakan dalam penelitian ini, yaitu **Stanton (1998) dalam Yusup (2011)** :

#### Hak Cipta Diindungi 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 UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

1. Keterjangkauan harga
2. Kesesuaian harga dengan kualitas produk
3. Daya saing harga
4. Kesesuaian harga dengan manfaat produk.

#### *Variety Seeking*

Menurut **Setyaningrum dalam Gunawan (2012)** *Variety seeking* atau kebutuhan mencari variasi, yaitu komitmen secara sadar untuk membeli merek lain karena individu terdorong menjadi terlibat, terdorong ingin mencoba hal yang baru, memiliki rasa ingin tahu yang sangat tinggi terhadap hal baru yang tujuannya adalah untuk mencari kesenangan atau melepaskan kejenuhan dari merek yang biasa dipakainya.

Menurut **Assael dalam Waluyo dan Pamungkas (2003)**, mengatakan perilaku ini cenderung akan terjadi pada waktu pembelian sebuah produk yang menimbulkan resiko minimal yang ditanggung oleh konsumen dan pada waktu konsumen kurang memiliki komitmen terhadap merek tertentu.

Pembelian yang bersifat mencari variasi di dorong oleh adanya ketidakpuasan atas pembelian yang telah dilakukan, tetapi sifatnya lebih kepada reaksi belanja yang bertujuan mengurangi kebosanan dengan membeli merek-merek baru dari suatu produk. Konsumen kadang-kadang melakukan pengambilan keputusan, walaupun memiliki keterlibatan yang rendah terhadap produk. Hal ini akan mudah terjadinya perilaku mencari variasi (**Tambunan, 2021**).

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 UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

Timbulnya perilaku *variety seeking* karena konsumen merasa menginginkan hal-hal yang baru dan bosan dengan produk yang dikonsumsi sebelumnya. Perilaku *variety seeking* dapat disebabkan oleh kebosanan pada atribut produk. Konsumen yang tidak puas akan terpengaruh dengan produk yang berbeda.

#### 2.4.1 Tipe-Tipe Konsumen yang Mencari Variasi (Variety Seeking)

Beberapa tipe konsumen yang mencari variasi adalah sebagai berikut (Schiffman dan Kanuk, 2007:115):

- a. Perilaku pembelian yang bersifat penyelidikan (*exploratory purchase behavior*), merupakan keputusan perpindahan merek untuk mendapatkan pengalaman baru dan kemungkinan alternatif yang lebih baik.
- b. Penyelidikan pengalaman orang lain (*vicarious exploration*), konsumen mencari informasi mengenai suatu produk yang baru atau alternatif yang berbeda, kemudian mencoba menggunakannya
- c. Keinovatifan pemakaian, konsumen telah menggunakan atau mengadopsi suatu produk dengan produk yang lebih baru dengan teknologi yang lebih tinggi, seperti pada produk elektronik yang model dan fungsinya sering mengalami perubahan.

#### 2.4.2 Indikator *Variety Seeking*

Menurut (Irawan dkk, 2010) indikator *variety Seeking* sebagai berikut:

## 2.5.1 Pandangan Islam terhadap Perilaku Perpindahan Pelanggan (Customer Switching Behavior)

Dalam perpindahan pelanggan salah satunya terjadi karena pelayanan. Pelayanan dari usaha yang dijalankan baik itu berupa barang atau jasa jangan memberikan yang buruk atau tidak berkualitas, melainkan yang berkualitas kepada orang lain. Hal ini tampak dalam Al-Quran surat Al-Baqarah ayat 267, yang menyatakan bahwa:

أَيُّهَا الَّذِينَ ءَامَنُوا أَنْفِقُوا مِنْ طَيِّبَاتِ مَا كَسَبْتُمْ وَمِمَّا أَخْرَجْنَا لَكُمْ مِنَ الْأَرْضِ ط وَلَا تَيَمَّمُوا  
الْخَبِيثَ مِنْهُ تُنْفِقُونَ وَلَسْتُمْ بِآخِذِيهِ إِلَّا أَنْ تُغْمِضُوا فِيهِ ۚ وَعَلَّمُوا أَنَّ اللَّهَ غَنِيٌّ حَمِيدٌ

“Hai orang-orang yang beriman, nafkahkanlah (di jalan Allah) sebagian dari hasil usahamu yang baik-baik dan sebagian dari apa yang Kami keluarkan dari bumi untuk kamu. Dan janganlah kamu memilih yang

### Hak Cipta Diindungi 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 UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

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 UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

buruk-buruk lalu kamu menafkahkan daripadanya, padahal kamu sendiri tidak mau mengambilnya melainkan dengan memincingkan mata terhadapnya. Dan ketahuilah, bahwa Allah Maha Kaya lagi Maha Terpuji.”

## 2.2.2 Pandangan Islam terhadap Harga

Menurut Hilal (2014) ekonomi Islam memiliki konsep bahwa suatu pasar dapat berperan efektif dalam kehidupan ekonomi bila prinsip persaingan bebas dapat berlaku secara normal. Mekanisme pasar pada intinya adalah mekanisme harga, turun dan naiknya harga sebagai akibat dari suatu dinamika permintaan (suply) dan penawaran (demand) dari pihak-pihak terkait. Suatu permintaan dan penawaran adalah dua kekuatan yang saling tarik-menarik sehingga membentuk suatu komunitas pasar. Harga di dalam al-qur'an terdapat pada Surat An-Nisa ayat 29 yang berbunyi:

يَا أَيُّهَا الَّذِينَ آمَنُوا لَا تَأْكُلُوا أَمْوَالَكُمْ بَيْنَكُمْ بِالْبَاطِلِ إِلَّا أَنْ تَكُونَ تِجَارَةً

عَنْ تَرَاضٍ مِّنْكُمْ وَلَا تَقْتُلُوا أَنْفُسَكُمْ إِنَّ اللَّهَ كَانَ بِكُمْ رَحِيمًا

“Hai orang-orang yang beriman, janganlah kamu saling memakan harta sesamamu dengan jalan yang batil, kecuali dengan jalan perniagaan yang berlaku dengan suka sama-suka di antara kamu. Dan janganlah kamu membunuh dirimu; sesungguhnya Allah adalah Maha Penyayang kepadamu.”



Hak Cipta Diindungi 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 UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

Ayat tersebut menjelaskan yakni mata pencaharian dengan jual beli, Allah menyebutkan jual beli dan bukan kegiatan pertukaran barang lainnya karena ia merupakan yang paling banyak dan paling dominan atau suka sama suka yakni kedua belah pihak yang bertransaksi mengetahui apa yang diambilnya, tanpa ada kecurangan, penipuan, maupun penyembunyian aib, yang kemudian saling berpisah dengan penuh rasa rela. Dan pendapat lain mengatakan jika kedua belah pihak saling rela setelah terjadinya akad maka perniagaan itu halal hukumnya, meski keduanya belum berpisah.

Dari penjelasan di atas dapat disimpulkan listrik Prabayar tidak terdapat kecurangan dikarenakan keuntungan terbesar dari listrik Prabayar adalah pemakaian listrik yang dapat disesuaikan dengan anggaran belanja. Misalnya, jika pelanggan listrik Prabayar sudah menentukan anggaran sebesar Rp. 50.000 untuk biaya pembelian listrik, maka pelanggan hanya membeli token listrik Prabayar senilai harga tersebut. Dengan demikian, tidak ada biaya listrik yang tidak terkendali maupun menunggak.

### 2.5.3 Pandangan Islam terhadap *Variety Seeking*

Dalam perspektif Islam, ayat Al-qur'an yang menjelaskan tentang *variety seeking* merupakan pembelian yang sifatnya mencari variasi adanya kesempatan manusia dalam melakukan pembelian secara spontan bertujuan untuk mencoba merek baru dari suatu produk yaitu tercantum dalam QS. Ali imran/3: 190-191:

إِنَّ فِي خَلْقِ السَّمَوَاتِ وَالْأَرْضِ وَاخْتِلَافِ اللَّيْلِ وَالنَّهَارِ لَآيَاتٍ لِّأُولِي الْأَلْبَابِ

“Sesungguhnya dalam penciptaan langit dan bumi, dan silih bergantinya malam dan siang terdapat tanda-tanda bagi orang-orang yang berakal”

Ayat tersebut menjelaskan akal kita untuk terus meraih ilmu dan melakukan mencari variasi di berbagai bidang, termasuk melakukan eksplorasi terhadap alam semesta. Eksplorasi ilmiah bisa menghadirkan inovasi-inovasi dari sisi peralatan, mesin, metode dan karya-karya lain yang bisa menjawab kebutuhan manusia terkait keberadaan semua hal yang ada di langit dan bumi.

### Penelitian Terdahulu

No	Nama	Judul	Variabel	Kesimpulan
1	Ana Nurjanah, 2017	Faktor-Faktor Yang Berpengaruh Terhadap Perilaku Brand Switching Pada Kartu Seluler (Studi Kasus Pada Konsumen Pengguna Kartu Seluler	Y=Perilaku <i>Brand Switching</i> X1=Kualitas Produk X2=Harga X3=Kepuasan X4= Promosi X5= <i>Variety Seeking</i>	Mendapatkan hasil bahwa variabel kualitas produk (X1), harga (X2), kepuasan (X3), promosi (X4) dan variety seeking (X5) berpengaruh secara simultan terhadap perilaku <i>brand switching</i> (Y).

#### 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 UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

	Di Dusun Tegalyoso)		
© Hak cipta milik UIN Suska Riau	Rislina Noviana, 2017	<p>Analisis Penyebab <i>Customers Switching Behavior</i> pada Pengguna Pepustakaan Politeknik Kesehatan Kemenkes Surabaya</p> <p><math>Y = \text{Customers Switching Behavior}</math></p> <p><math>X1 = \text{Core Service Failures}</math> (Kegagalan Jasa Utama)</p> <p><math>X2 = \text{Services Encounter Failures}</math> (Kegagalan Pelayanan)</p> <p><math>X3 = \text{Pricing}</math> (Pemberian Harga)</p> <p><math>X4 = \text{Inconvenience}</math> (Ketidaknyamanan)</p>	<p>Penelitian ini mendeskripsikan tentang penyebab <i>customers switching behavior</i> yang dilakukan oleh pengguna Perpustakaan Poltekkes Kemenkes Surabaya.</p>

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 UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

<p>© Hak cipta milik UIN Suska Riau</p>			<p>X5= <i>Response to Failed Services</i> (Tanggapan Karyawan atas Kegagalan Jasa)</p> <p>X6= <i>Attraction by Competitor</i> (Kemenarikan pesaing)</p> <p>X7= <i>Variety seeking</i> (Kebutuhan Mencari Variasi)</p>	
<p>State Islamic University of Sultan Syarif Kasim Riau</p>	<p>Gilang Romadhon, 2013</p>	<p>Analisis Faktor-Faktor Yang Memengaruhi Perilaku Perpindahan Pelanggan</p>	<p>Y=<i>Switching Behavior</i></p> <p>X1=Harga</p> <p>X2=Produk</p> <p>X3=Promosi</p> <p>X4=Pelayanan</p>	<p>Semua variabel independen berpengaruh positif dan signifikan terhadap <i>switching behavior</i>.</p>

**Hak Cipta Diindungi Undang-Undang**

1. Diarang 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 UIN Suska Riau.
2. Diarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

<p>© Hak cipta milik UIN Suska Riau</p>			<p>X5=Lingkungan X6=Iklan X7=Reputasi, X8=Kepuasan X9=Komitmen</p>	
<p>State Islamic University of Sultan Syarif Kasim Riau</p>	<p>Maisa Fatimah, 2018</p>	<p>Analisis Faktor-Faktor Perilaku <i>Switching</i> pada Konsumen Dalam Mengonsumsi Produk Kosmetik Halal Di Kota Depok</p>	<p>Y=Perilaku <i>Switching</i> X1=Kecocokan Produk X2=Kepuasan Konsumen X3= Harga X4=Labelisasi Halal X5=Religiusitas X6=Kualitas Pelayanan X7=Biaya</p>	<p>Variabel kecocokan produk, kepuasan konsumen, harga, labelisasi halal, religiusitas, kualitas pelayanan dan biaya perpindahan berpengaruh positif signifikan terhadap perilaku <i>switching</i>.</p>

**Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang**

1. Diarangi 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 UIN Suska Riau.
2. Diarangi mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

<p>© Hak cipta milik UIN Suska Riau</p>	<p>Setyo Ferry Wibowo, Teguh Kurnaen dan Agung Kresnamur ti RP, 2014</p>	<p>Pengaruh Atribut Produk Dan Variety Seeking Terhadap Keputusan Perpindahan Merek Handphone Nokia Ke Smartphone Samsung</p>	<p>Perpindahan Y= Perpindahan Merek (Brand <i>Switching</i>) X1=Atribut Produk X2=<i>Variety</i> <i>Seeking</i></p>	<p>Variabel atribut produk dan <i>variety</i> <i>seeking</i> secara bersamaan berpengaruh secara signifikan terhadap perpindahan merek. Hal ini dibuktikan dengan nilai sig 0,000 lebih kecil dari 0.05.</p>
<p>6 State Islamic University of Sultan Syarif Kasim Riau</p>	<p>Reni Anggraeni, Susi Evanita, Rani Sofya, 2018</p>	<p>Pengaruh <i>Endorser</i>, Harga Dan Kualiatas Produk Terhada Perilaku Peralihan Merek (<i>Brand</i></p>	<p>Y=Perilaku <i>Brand Switching</i> X1= <i>Endorser</i> X2=Harga X3=Kualitas Produk</p>	<p>Variabel <i>endorser</i> dan harga berpengaruh positif dan tidak signifikan terhadap <i>brand switching</i>, sedangkan variabel kualitas produk berpengaruh positif dan signifikan</p>

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 UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

© Hak cipta milik UIN Suska Riau		Switching) Bedak Padat Maybelline Di Kota Padang	terhadap <i>brand</i> <i>switching</i> .
----------------------------------	--	---	---

## 2.7 Kerangka Berpikir

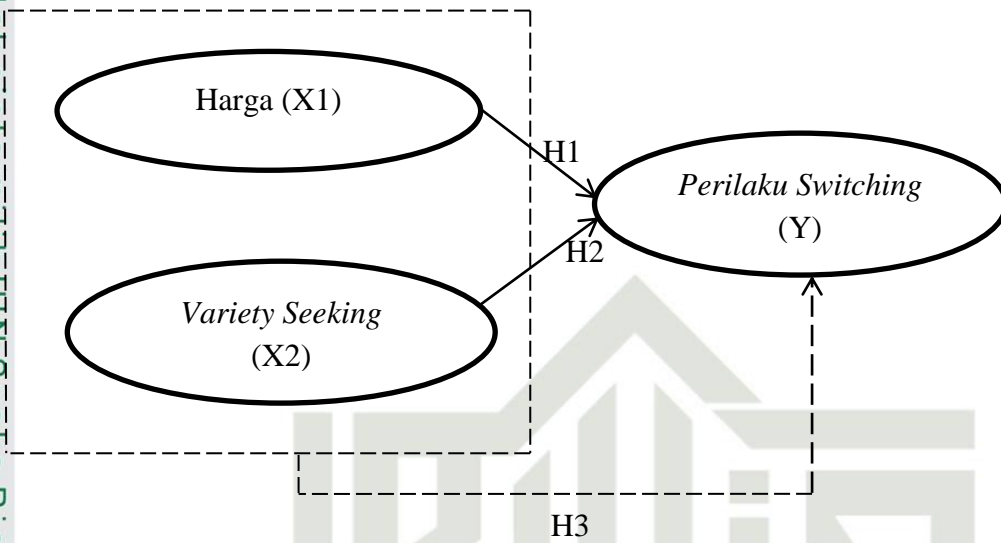
Menurut Uma Sekaran (1992) dalam Sugiyono (2016:60) kerangka berpikir merupakan model konseptual tentang bagaimana teori berhubungan dengan berbagai faktor yang telah diidentifikasi sebagai masalah yang penting. Kerangka berpikir yang baik akan menjelaskan secara teoritis pertautan antar variabel yang akan diteliti. Jadi secara teoritis perlu dijelaskan hubungan antar variabel independen dan dependen.

Kerangka Berpikir menggambarkan hubungan dari variabel independen dalam hal ini adalah Harga ( $X_1$ ), *Variety Seeking* ( $X_2$ ) terhadap variabel dependen yaitu Perilaku *Switching* (Y) yang dilakukan Pelanggan Pascabayar Ke Prabayar Pada Pelanggan PT. PLN ULP Panam (Studi Kasus Pada Pelanggan PT. PLN ULP Panam Kelurahan Tuah Karya Kecamatan Tampan).

### 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 UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

Gambar 2.1 Kerangka Berpikir



Sumber: (Nugroho, 2010)

Keterangan:

- Uji Parsial
- - → Uji Simultan

## 2.8 Konsep Operasional Variabel Penelitian

Konsep Operasional Variabel menurut **Sudaryono (2018:168)** dimaknai sebagai sebuah petunjuk yang menjelaskan kepada peneliti mengenai bagaimana mengukur sebuah variabel secara konkret. Jadi, peneliti akan lebih mudah menentukan metode untuk mengukur sebuah variabel serta menentukan indikator yang lebih konkret sehingga lebih mudah diukur dan diuji secara empiris.

Menurut **Sudaryono (2018:170)** *independent variable* (variabel bebas) merupakan variabel yang terikat secara positif maupun negatif. Sedangkan *dependent variable* (variabel terikat) merupakan variabel yang

- Hak Cipta Diindungi 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 UIN Suska Riau.
  2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.



dipengaruhi oleh variabel bebas. Variabel dependen yaitu Perilaku *Switching* (Y), serta variabel independen yaitu Harga ( $X_1$ ) dan *Variety Seeking* ( $X_2$ )

Variabel	Definisi Variabel	Indikator	Skala
<i>Customer Switching Behavior</i>	Perilaku konsumen ( <i>consumer behavior</i> ) merupakan studi tentang unit pembelian ( <i>buying units</i> ) dan proses pertukaran yang melibatkan perolehan, konsumsi dan pembuangan barang, jasa, pengalaman serta ide-ide demi memenuhi kebutuhan dan keinginan. <b>(Romadhon, 2013)</b>	1. Mencari informasi 2. Ingin merasakan yang berbeda 3. Niat <b>Irawan, dkk (2010)</b>	Likert
Harga	Harga ( <i>price</i> ) adalah nilai suatu barang yang dinyatakan dengan uang. <b>Alma (2018:171)</b>	1. Keterjangkauan harga 2. Kesesuaian harga dengan kualitas produk 3. Daya saing harga 4. Kesesuaian harga	Likert

**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 UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

<p>© Hak cipta milik UIN Suska Riau</p>		<p>dengan manfaat produk.</p> <p><b>Supriyono, Hasiolan dan Warso (2014)</b></p>	
<p>Variety Seeking</p>	<p><i>Variety seeking</i> atau kebutuhan mencari variasi, yaitu komitmen secara sadar untuk membeli merek lain karena individu terdorong menjadi terlibat, terdorong ingin mencoba hal yang baru, memiliki rasa ingin tahu yang sangat tinggi terhadap hal baru yang tujuannya adalah untuk mencari kesenangan atau melepaskan kejenuhan dari merek yang biasa dipakainya.</p> <p><b>Setyaningrum dalam Gunawan (2012)</b></p>	<p>1. Rasa bosan 2. Tertarik mencoba merek lain 3. Mencari merek lain</p> <p><b>Irawan, dkk (2010)</b></p>	<p>Likert</p>

**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 UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

## 2.9 Hipotesis

### Hak Cipta Diindungi 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 UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

Menurut **Sugiyono (2016:63)** hipotesis merupakan jawaban sementara terhadap rumusan masalah penelitian, di mana rumusan masalah penelitian telah dinyatakan dalam bentuk kalimat pertanyaan. Dikatakan sementara, karena jawaban yang diberikan baru didasarkan pada teori yang relevan, belum didasarkan pada fakta-fakta empiris yang diperoleh melalui pengumpulan data. Jadi hipotesis juga dapat dinyatakan sebagai jawaban teoritis terhadap rumusan masalah penelitian, belum jawaban yang empirik. Hipotesis dalam penelitian ini yaitu:

- H1 : Diduga harga berpengaruh terhadap perilaku *switching* dari listrik pascabayar ke prabayar.
- H2 : Diduga *variety seeking* berpengaruh terhadap perilaku *switching* dari listrik pascabayar ke prabayar.
- H3 : Diduga harga dan *variety seeking* berpengaruh terhadap perilaku *switching* dari listrik pascabayar ke prabayar.

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 UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

## BAB III

### METODE PENELITIAN

#### Lokasi Penelitian dan Waktu Penelitian

Untuk memperoleh data yang dibutuhkan dalam penelitian ini, penulis melakukan penelitian di PT. PLN (Persero) Panam, yang berlokasi di Jalan HR. Soebrantas KM 12.5, Kelurahan Tuah Karya, Kecamatan Tampan, Pekanbaru. Waktu penelitian ini dilakukan pada bulan November 2020 sampai dengan Juni 2021.

#### Jenis dan Sumber Data

- a. Jenis Penelitian
  1. Data kualitatif yaitu menurut **Siregar (2014:38) dalam Saputri (2019)** data kualitatif adalah data yang berupa pendapat sehingga tidak berupa angka, tetapi berupa kata-kata atau kalimat. Data kualitatif diperoleh dari berbagai teknik pengumpulan data, misalnya wawancara, dokumen, diskusi, observasi dan kuisioner yang dituangkan dalam bentuk transkrip.
  2. Data kuantitatif yaitu menurut **Siregar (2014:38) dalam Saputri (2019)** data kuantitatif adalah data yang berupa angka. Sesuai dengan bentuknya, data kuantitatif dapat diolah atau dianalisis dengan menggunakan teknik perhitungan statistik.
- b. Sumber Data
  1. Data primer merupakan sumber data yang langsung memberikan data kepada pengumpul data **Sugiyono (2019:137)** yakni data

#### 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 UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

yang diperoleh dari responden melalui kuisisioner yang berisi pertanyaan hal yang berkaitan dengan harga, kemudahan dan strategi diferensiasi terhadap perilaku *switching* dari listrik pascabayar ke prabayar pelanggan PT. PLN ULP Panam, Kelurahan Tuah Karya Kecamatan Tampan, Pekanbaru.

2. Sumber data sekunder adalah sumber yang tidak langsung memberikan data kepada pengumpul data **Sugiyono (2019:137)**. Data sekunder diperoleh dari berbagai sumber tertulis seperti artikel, tulisan ilmiah, maupun keterangan yang diperoleh dari buku dan maupun internet

### 3.3 Teknik Pengumpulan Data

Teknik pengumpulan data antara lain:

Angket (Kuesioner)

Kuesioner menurut **Sugiyono (2016:142)** merupakan teknik pengumpulan data yang dilakukan dengan cara memberi seperangkat pertanyaan atau pernyataan tertulis kepada responden untuk dijawabnya. Kuesioner merupakan teknik pengumpulan data yang efisien apabila peneliti tahu dengan pasti variabel yang akan diukur dan tahu apa yang bisa diharapkan dari responden.

### 3.4 Skala Pengukuran

Menurut **Sugiyono (2016:93)** Skala *Likert* digunakan untuk mengukur sikap, pendapat, dan persepsi seseorang atau sekelompok orang tentang fenomena sosial. Dalam penelitian, fenomena sosial ini telah

Hak Cipta Diindungi 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 UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

ditetapkan secara spesifik oleh peneliti, yang selanjutnya disebut sebagai variabel penelitian. Dengan skala *Likert*, maka variabel yang akan diukur dijabarkan menjadi indikator variabel. Kemudian indikator tersebut dijadikan sebagai titik tolak untuk menyusun item-item instrumen yang dapat berupa pernyataan atau pertanyaan.

Untuk keperluan analisis kuantitatif, maka jawaban itu dapat diberi skor, misalnya:

- |   |   |
|---|---|
| 1. Setuju/selalu/sangat positif diberi skor             | 5 |
| 2. Setuju/sering positif diberi skor                    | 4 |
| 3. Ragu-ragi/kadang-kadang/netral diberi skor           | 3 |
| 4. Tidak setuju/hampir tidak pernah/negatif diberi skor | 2 |
| 5. Sangat tidak setuju/tidak pernah diberi skor         | 1 |

### 3.5 Populasi dan Sampel

#### a. Populasi

Menurut **Sugiyono (2016:80)** populasi adalah wilayah generalisasi yang terdiri atas: objek/subjek yang mempunyai kuantitas dan karakteristik tertentu yang ditetapkan oleh penelitian untuk dipelajari dan kemudian ditarik kesimpulannya. Populasi dalam penelitian ini yaitu pelanggan pascabayar ke prabayar pada pelanggan PT. PLN ULP Panam, Kelurahan Tuah Karya, Kecamatan Tampan, Pekanbaru dalam kurun waktu Januari 2016 sampai dengan Oktober 2020 yang berjumlah 1.679 pelanggan.

#### b. Sampel

Hak Cipta Diindungi Undang-Undang

1. Diarangi 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 UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

Sugiyono (2016:81) mengatakan bahwa sampel adalah bagian dari jumlah dan karakteristik yang dimiliki oleh populasi tersebut. Bila populasi besar, dan peneliti tidak mungkin mempelajari semua yang ada pada populasi, misalnya karena keterbatasan dana, tenaga, dan waktu, maka peneliti dapat menggunakan sampel yang diambil dari populasi itu. Apa yang dipelajari dari sampel itu, kesimpulannya akan dapat diberlakukan untuk populasi. Untuk itu sampel yang harus diambil dari populasi harus betul-betul representatif (mewakili).

Pertimbangan bahwa populasi yang ada sangat besar jumlahnya, sehingga tidak mungkin untuk meneliti seluruh populasi yang ada, maka peneliti melakukan pengambilan sampel dengan menggunakan rumus *Slovin* yaitu sebagai berikut:

$$n = \frac{N}{1 + N(e)^2}$$

Dimana:

n : Ukuran sampel

N : Jumlah populasi

e : Persentase kelonggaran ketidak telitian karena kesalahan.

Pengambilan sampel yang masih dapat ditolerir atau diinginkan.

Dalam penelitian ini sebesar 10%.

$$n = \frac{N}{1 + N(e)^2}$$

$$n = \frac{1.679}{1 + 1.679(0,1)^2}$$

#### 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 UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

$$n = \frac{1.679}{17,79}$$

$n = 94,37$  dibulatkan menjadi 94 responden

Berdasarkan hasil perhitungan maka jumlah sampel pada penelitian ini adalah 94 responden. Sedangkan metode pengambilan sampel yang digunakan adalah metode *Purposive Sampling* adalah teknik penentuan sampel dengan pertimbangan tertentu **Sugiyono (2016:85)**.

Dalam penelitian ini karena memakai metode *Purposive Sampling* maka yang dijadikan sampel pada penelitian ini adalah semua pelanggan pascabayar ke prabayar pada pelanggan PT. PLN ULP Panam, Kelurahan Tuah Karya, Kecamatan Tampan, Pekanbaru yang kebetulan bertemu dengan peneliti pada saat melakukan penelitian dan dianggap cakap untuk menjawab beberapa pertanyaan kuesioner dari peneliti nantinya.

### Teknik Analisis Data

Menurut **Sugiyono (2016:147)** menyebutkan bahwa teknik analisis data pada penelitian kuantitatif menggunakan statistik. Dalam penelitian ini analisis data akan menggunakan teknik statistik deskriptif.

Menurut **Sugiyono (2016: 147)** statistik deskriptif adalah statistik yang digunakan untuk menganalisa data dengan mendeskripsikan atau menggunakan data yang telah terkumpul sebagaimana adanya tanpa bermaksud membuat kesimpulan yang berlaku untuk umum atau generalisasi. Dalam penelitian ini, penulis menggunakan metode regresi



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 UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

linier berganda, yaitu suatu metode statistik yang digunakan untuk mengetahui hubungan antara variabel bebas dan terikat. Analisis linier berganda memberikan kemudahan bagi pengguna untuk memasukkan lebih dari satu variabel.

## Uji Kualitas Data

### 3.7.1 Uji Validitas

Menurut **Prayuda (2019)** validitas data yang ditentukan oleh proses pengukuran yang kuat. Suatu instrumen pengukuran dikatakan mempunyai validitas yang tinggi apabila instrument tersebut mengukur apa yang sebenarnya diukur. Uji validitas menunjukkan sejauh mana suatu alat ukur yang diinginkan. Pengujian validitas dilakukan untuk menguji apakah jawaban kuisisioner dari responden benar-benar sesuai untuk digunakan dalam penelitian ini atau tidak.

Adapun kriteria pengambilan keputusan uji validitas untuk setiap pertanyaan adalah nilai  $r$  hitung harus berada diatas 0,3 hal ini dikarenakan jika  $r$  hitung lebih kecil dari 0,3 berarti item tersebut memiliki hubungan yang lebih rendah dengan item-item pertanyaan lainnya dari pada variabel yang diteliti, sehingga item tersebut dinyatakan tidak valid.

### 3.7.2 Uji Reliabilitas

Menurut **Prayuda (2019)** uji reliabilitas adalah tingkat kestabilan suatu alat pengukuran dalam mengukur suatu kejadian. Pengujian reliabilitas dilakukan untuk mengetahui apakah hasil jawaban dari kuisisioner responden benar-benar stabil dalam mengukur suatu kejadian.

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 UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

Semakin tinggi reliabilitas suatu alat pengukur semakin stabil sebaliknya jika alat pengukur rendah maka alat tersebut tidak stabil dalam mengukur suatu gejala. Adapun kriteria pengambilan keputusan untuk uji reliabilitas adalah dengan melihat nilai *cronbach alfa* ( $\alpha$ ) untuk masing-masing variabel. Dimana suatu variabel dikatakan reliabel jika memberikan nilai *cronbach alfa* lebih besar 0,06.

### Uji Asumsi Klasik

#### 3.8.1 Uji Normalitas

Menurut **Suliyanto (2011:69)** berpendapat bahwa, uji normalitas dimaksudkan untuk menguji apakah nilai residual yang telah distandarisi pada model regresi berdistribusi normal atau tidak. Dalam penelitian ini, metode yang digunakan yaitu uji normalitas dengan Kolmogorov-Smirnov.

Uji normalitas menggunakan uji statistik non-parametrik Kolmogorov-Smirnov merupakan uji menggunakan fungsi distribusi kumulatif. Nilai residual terstandarisasi berdistribusi normal jika  $K_{hitung} < K_{tabel}$  atau  $Sig. > \alpha$  (**Suliyanto, 2011:75**). Uji normalitas dimaksudkan untuk menguji apakah nilai residual yang telah distandarisi pada model regresi berdistribusi normal atau tidak.

#### 3.8.2 Uji Multikolinieritas

Uji multikolinieritas bertujuan untuk menguji apakah dalam model regresi yang terbentuk ada korelasi yang tinggi atau sempurna diantara variabel bebas atau tidak. Salah satu cara untuk menguji multikolinieritas

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 UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

dalam model regresi adalah dengan melihat TOL (*Tolerance*) dan VIF (*Variance Inflation*) *Factor* dan masing-masing variabel bebas terhadap variabel terikatnya (Suliyanto, 2011 : 81-82)

### 3.8.3 Uji Autokorelasi

Menurut Suliyanto (2011:125) uji autokorelasi bertujuan untuk mengetahui apakah terdapat korelasi antara anggota serangkaian data observasi yang diuraikan menurut waktu atau ruang. Kriteria dari pengujian autokorelasi menurut Suliyanto (2011:151) adalah sebagai berikut:

Tabel 3.1 Autokorelasi

Nilai	Kesimpulan
$Dw < D1$	Terdapat autokorelasi (+)
$dL \leq DW \leq Du$	Tanpa kesimpulan
$dL \leq Dw \leq 4-Du$	Tidak ada autokorelasi
$4-dU \leq Dw \leq 4-D1$	Tanpa kesimpulan
$Dw > 4-D1$	Terdapat autokorelasi (-)

### 3.8.4 Uji Heterokedastisitas

Pengujian heterokedastisitas dalam model regresi dilakukan untuk mengetahui apakah dalam model regresi terjadi ketidaksamaan varians dari residul pengamatan lain. Maka disebut homokedastisitas dan jika berbeda disebut heterokedastisitas, kebanyakan data cross section

mengandung situasi heterokedastisitas karena data ini menghimpun data yang mewakili berbagai ukuran. Untuk membuktikan ada tidaknya gangguan heterokedastisitas. Jika Pengujian heterokedastisitas dengan metode Glejser dilakukan dengan meregresikan semua variabel bebas terhadap nilai mutlak residualnya. Jika terdapat pengaruh variabel bebas yang signifikan terhadap nilai mutlak residualnya maka dalam model terdapat masalah heteroskedastisitas (Suliyanto, 2011).

### Regresi Linier Berganda

Menurut (Suliyanto, 2011) teknik regresi linier berganda variabel tergantung dipengaruhi oleh dua atau lebih variabel bebas sehingga hubungan fungsional antara variabel tergantung (Y) dengan variabel bebas ( $X_1, X_2, X_3, X_4, X_5$ ).

$$\text{Rumus : } Y = a + bX_1 + bX_2$$

Dimana :

Y = Perilaku *Switching*

a = Konstanta

b = Koefesien Regresi

$X_1$  = Harga

$X_2$  = *Variety Seeking*

e = Tingkat Kesalahan ( error )

#### Hak Cipta Diindungi 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 UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

### 3.10 Uji Hipotesis

#### 3.10.1 Uji Secara Simultan (Uji t)

Nilai t hitung digunakan untuk menguji apakah variabel independen ( $X_1$ : Harga dan  $X_2$ : *Variety Seeking*) berpengaruh secara signifikan terhadap variabel dependen ( $Y$ : Perilaku *Switching*). Suatu variabel akan memiliki pengaruh yang berarti jika nilai t hitung variabel tersebut lebih besar dibandingkan nilai t tabel  $t_{hitung} > t_{tabel}$  (Suliyanto, 2011: 45).

Kriteria pengambilan keputusan yang digunakan adalah sebagai berikut:

a. Apabila  $F_{hitung} > F_{tabel}$  atau  $Sig < \alpha$  maka:

$H_0$  ditolak,  $H_a$  diterima artinya terdapat pengaruh secara simultan antara Harga, dan *Variety Seeking* terhadap Perilaku *Switching*.

b. Apabila  $F_{hitung} < F_{tabel}$  atau  $Sig > \alpha$  maka:

$H_0$  diterima,  $H_a$  ditolak artinya tidak terdapat pengaruh secara simultan antara antara Harga dan *Variety Seeking* terhadap Perilaku *Switching*.

#### 3.10.2 Uji Secara Parsial (Uji F)

Digunakan untuk menguji pengaruh secara simultan variabel independen ( $X_1$ : Harga dan  $X_2$ : *Variety Seeking*) berpengaruh secara signifikan terhadap variabel dependen ( $Y$ : Perilaku *Switching*). Jika variabel bebas memiliki pengaruh secara simultan terhadap tergantung maka model persamaan regresi masuk dalam kriteria cocok atau *fit* dan sebaliknya Suliyanto (2011: 40).

Hak Cipta Diindungi 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 UIN Suska Riau.

2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

Hak Cipta Diindungi 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 UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

Adapun kriteria yang digunakan dalam pengujian ini adalah sebagai berikut:

- a. Apabila  $t_{hitung} > t_{tabel}$  atau  $Sig < \alpha$  maka:

$H_0$  ditolak,  $H_a$  diterima artinya terdapat pengaruh secara parsial antara Harga dan *Variety Seeking* terhadap Perilaku *Switching*.

- b. Apabila  $t_{hitung} < t_{tabel}$  atau  $Sig > \alpha$  maka:

$H_0$  diterima,  $H_a$  ditolak artinya tidak terdapat pengaruh secara parsial antara Harga dan *Variety Seeking* terhadap Perilaku *Switching*.

### 3.10.3 Koefisien Korelasi

Koefisien Korelasinya digunakan untuk menggambarkan keeratan hubungan yang bersifat linier dan tidak mampu menggambarkan hubungan yang bersifat non-linier. Jika ada dua buah variabel sampai titik tertentu memiliki hubungan positif tetapi setelah sampai titik tertentu justru dua variabel tersebut memiliki hubungan yang negatif maka koefisien korelasinya akan mendekati 0. Itu berarti tidak ada hubungan antar variabel. Tetapi hal ini tidak berarti bahwa kedua variabel tersebut saling independen, walau tidak menutup kemungkinan kedua variabel variabel memiliki hubungan kausalitas yang bersifat non-linier (Suliyanto2011).

UIN SUSKA RIAU

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 UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

**Tabel 3.2 Kriteria Koefisien Korelasi**

Nilai Korelasi	Keterangan
0	Tidak ada korelasi
0.00-0.199	Korelasi sangat rendah
1.20-0.399	Korelasi rendah
0.40-0.599	Korelasi sedang
0.60-0.799	Korelasi kuat
0.80-1.00	Korelasi sangat kuat

### 3.10.4 Koefisien Determinasi ( $R^2$ )

Koefisien detrminasi merupakan besarnya kontribusi variabel bebas terhadap variabel tergantungnya. Semakin tinggi koefisien determinasi maka semakin tinggi variabel bebas dalam menjelaskan variasi perubahan pada variabel tergantungnya (Suliyanto, 2011: 39). Koefisien determinasi memiliki kelemahan, yaitu bias terhadap jumlah variabel bebas yang dimasukkan dalam model regresi, dimana setiap penambahan satu variabel bebas dan pengamatan dalam model akan meningkatkan nilai  $R^2$  meskipun variabel yang dimasukkan itu tidak memiliki pengaruh yang signifikan terhadap variabel tergantungnya. Untuk mengurangi kelemahan tersebut maka digunakan koefisien determinasi yang telah disesuaikan, Adjusted R Square ( $R^2_{adj}$ ).

**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 UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

Koefisien detrmnasi yang telah disesuaikan berarti bahwa koefisien tersebut telah dikoreksi dengan memasukkan unsur jumlah variabel dan ukuran sampel yang digunakan. Dengan menggunakan koefisien dterminasi yang disesuaikan maka nilai koefisien determinasi yang disesuaikan itu dapat naik atau turun akibat adanya penambahan variabel baru dalam model (Suliyanto, 2011: 43).

Nilai koefisien detrmnasi adalah diantara 0-1. Jika koefisien detrmnasi  $R^2 = 1$ , artinya variabel independen memberikan informasi yang dibutuhkan untuk memperdiksi variabel-variabel dependen. Jika koefisien determinasi  $R^2 = 0$ , artinya variabel independen tidak mampu menjelaskan pengaruhnya terhadap variabel dependen.

**Tabel 3.3 Interval Koefisien Determinasi**

Interval Koefisien	Tingkat Hubungan
0.00-0.199	Sangat rendah
0.20-0.399	Rendah
0.40-0.599	Sedang
0.60-0.799	Kuat
0.80-1.00	Sangat kuat



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 UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

## BAB IV

### GAMBARAN UMUM OBJEK PENELITIAN

#### Sejarah PT. PLN ULP Panam

Berawal di akhir abad 19, bidang pabrik gula dan pabrik ketenagalistrikan di Indonesia mulai ditingkatkan saat beberapa perusahaan asal Belanda yang bergerak di bidang pabrik gula dan pabrik teh mendirikan pembangkit tenaga listrik untuk keperluan sendiri. Antara tahun 1942-1945 terjadi peralihan pengelolaan perusahaan-perusahaan Belanda tersebut oleh Jepang, setelah Belanda menyerah kepada pasukan tentara Jepang di awal Perang Dunia II.

Proses peralihan kekuasaan kembali terjadi di akhir Perang Dunia II pada Agustus 1945, saat Jepang menyerah kepada Sekutu. Kesempatan ini dimanfaatkan oleh para pemuda dan buruh listrik melalui delegasi Buruh/Pegawai Listrik dan Gas yang bersama-sama dengan Pemimpin KNI Pusat berinisiatif menghadap Presiden Soekarno untuk menyerahkan perusahaan-perusahaan tersebut kepada Pemerintah Republik Indonesia. Pada 27 Oktober 1945, Presiden Soekarno membentuk Jawatan Listrik dan Gas di bawah Departemen Pekerjaan Umum dan Tenaga dengan kapasitas pembangkit tenaga listrik sebesar 157,5 MW.

Pada tanggal 1 Januari 1961, Jawatan Listrik dan Gas diubah menjadi BPU-PLN (Badan Pemimpin Umum Perusahaan Listrik Negara) yang bergerak di bidang listrik, gas dan kokas yang dibubarkan pada tanggal 1 Januari 1965. Pada saat yang sama, 2 (dua) perusahaan negara yaitu

**Hak Cipta Diindungi 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 UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

Perusahaan Listrik Negara (PLN) sebagai pengelola tenaga listrik milik negara dan Perusahaan Gas Negara (PGN) sebagai pengelola gas diresmikan.

Pada tahun 1972, sesuai dengan Peraturan Pemerintah No. 17, status Perusahaan Listrik Negara (PLN) ditetapkan sebagai Perusahaan Umum Listrik Negara dan sebagai Pemegang Kuasa Usaha Ketenagalistrikan (PKUK) dengan tugas menyediakan tenaga listrik bagi kepentingan umum.

Seiring dengan kebijakan Pemerintah yang memberikan kesempatan kepada sektor swasta untuk bergerak dalam bisnis penyediaan listrik, maka sejak tahun 1994 status PLN beralih dari Perusahaan Umum menjadi Perusahaan Perseroan (Persero) dan juga sebagai PKUK dalam menyediakan listrik bagi kepentingan umum hingga sekarang.

Dalam menjalankan kegiatan usahanya PT. PLN (Persero) ULP Panam memiliki visi dan misi yang harus dicapai oleh karyawan dalam menjalankan tugas dan tanggung jawab masing-masing.

#### **4.1.1 Visi dan Misi**

PT.PLN (Persero) mempunyai Visi dan Misi yang harus dilaksanakan adalah sebagai berikut:

**Visi:**

Diakui sebagai Perusahaan Kelas Dunia yang Bertumbuhkembang, Unggul dan terpercaya dengan bertumpu pada PotensiInsani.

**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 UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

**Misi:**

1. Menjalankan bisnis kelistrikan dan bidang lain yang terkait, berorientasi pada kepuasan pelanggan, anggota perusahaan dan pemegang saham.
2. Menjadikan tenaga listrik sebagai media untuk meningkatkan kualitas kehidupan masyarakat.
3. Mengupayakan agar tenaga listrik menjadi pendorong kegiatan ekonomi.
4. Menjalankan kegiatan usaha yang berwawasan lingkungan.

**4.1.2 Uraian Tugas (Job description) Bagian/Unit Kerja Tempat Pelaksanaan PKL**

Uraian tugas, wewenang, serta tanggung jawab dari masing-masing jenjang manajemen menurut struktur organisasi PT. PLN (Persero) ULP Panam adalah sebagai berikut:

**1. Manager**

Tugas dan tanggung jawab manager adalah sebagai berikut:

- a. Mengkordinasikan program kerja dan anggaran sebagai pedoman kerja untuk mencapai kinerja unit.
- b. Mengkoordinir pelaksanaan Pedoman Keselamatan Ketenagalistrikan (K2) dan K3 untuk keselamatan dan keamanan pegawai dalam bekerja.
- c. Mengoptimalkan operasi dan pemeliharaan jaringan distribusi untuk mempertahankan keandalan pasokan energi tenaga listrik.

**Hak Cipta Diindungi 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 UIN Suska Riau.

2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

- d. Mengkoordinasikan dan mengendalikan pelaksanaan Tata Usaha Langgan (TUL).
- e. Mengkoordinir proses pengelolaan keuangan dan pendapatan.
- f. Melakukan evaluasi realisasi kinerja rayon.
- g. Melakukan evaluasi teknis kegiatan sistem operasi dan pemeliharaan jaringan distribusi.
- h. Melakukan pengendalian komunikasi dan hubungan kerja internal dan eksternal dengan stakeholder perusahaan.

2. SPV Pelayanan Pelanggan dan Administrasi

Tugas dan tanggung jawab SPV Pelayanan Pelanggan dan Administras adalah sebagai berikut:

- a. Mengelola keamanan dan K3 di lingkungan gedung rayon.
- b. Melaksanakan fungsi Tata Usaha Langgan.
- c. Mengatur administrasi perkantoran, pemeliharaan gedung/kantor dan fasilitas kerja.
- d. Mengelola fungsi keuangan di Rayon.
- e. Mengelola fungsi kehumasan.

3. Junior Officer Administrasi Umum dan K3

Tugas dan tanggung jawab Junior Officer Administrasi Umum dan K3 adalah sebagai berikut:

- a. Memonitor dan memproses tagihan restitusi dari pihak ketiga.
- b. Memonitor penyimpanan kearsipan surat keluar/masuk, ketentuan dan peraturan yang berlaku

**Hak Cipta Diindungi 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 UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

- c. Mengelola permintaan kebutuhan rumah tangga kantor dan kendaraan bermotor.
- d. Melaksanakan kegiatan pelaksanaan sarana dan prasarana K3
4. Assistant Officer Analist Pengendalian Piutang  
Tugas dan tanggung jawab Assistant Officer Analist Pengendalian Piutang adalah sebagai berikut:
  - a. Melaksanakan pengendalian piutang.
5. Junior Teknik Operasi Distribusi  
Tugas dan tanggung jawab Junior Teknik Operasi Distribusi adalah sebagai berikut:
  - a. Menyusun rencana dan pelaksanaan optimasi operasi jaringan distribusi untuk keandalan tenaga listrik.
  - b. Memonitor pelaksanaan dan pekerjaan manuver jaringan distribusi.
  - c. Mengevaluasi hasil pelaksanaan operasi jaringan distribusi.
  - d. Menganalisa dan mengevaluasi hasil pelaksanaan program/strategi Yantek sesuai fungsi Operasi Distribusi untuk pencapaian target kinerja gangguan penyulang.
6. Assistant Technician Pengendalian Susut dan Penerangan Jalan Umum (PJU)  
Tugas dan tanggung jawab Assistant Technician Pengendalian Susut dan Penerangan Jalan Umum (PJU) adalah sebagai berikut:
  - a. Menyusun target operasi dan jadwal kegiatan P2TL.
  - b. Mengevaluasi hasil pelaksanaan P2TL.

#### 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 UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

c. Melaksanakan Inventarisasi, penertiban dan materisasi PJU.

#### 7. Junioranalist Pembacaan Meter dan Pembuatan Rekening

Tugas dan tanggung jawab Junioranalist Pembacaan Meter dan Pembuatan Rekening adalah sebagai berikut:

- a. Memonitor kinerja vendor dalam melaksanakan penurunan tunggakan.
- b. Memastikan akurasi hasil baca meter yang dilaksanakan oleh outsourcing Cater dan Mitra kerja.
- c. Memonitor dan memastikan pelunasan pembayaran rekening listrik.

#### 8. Junior Teknik Pemeliharaan Distribusi

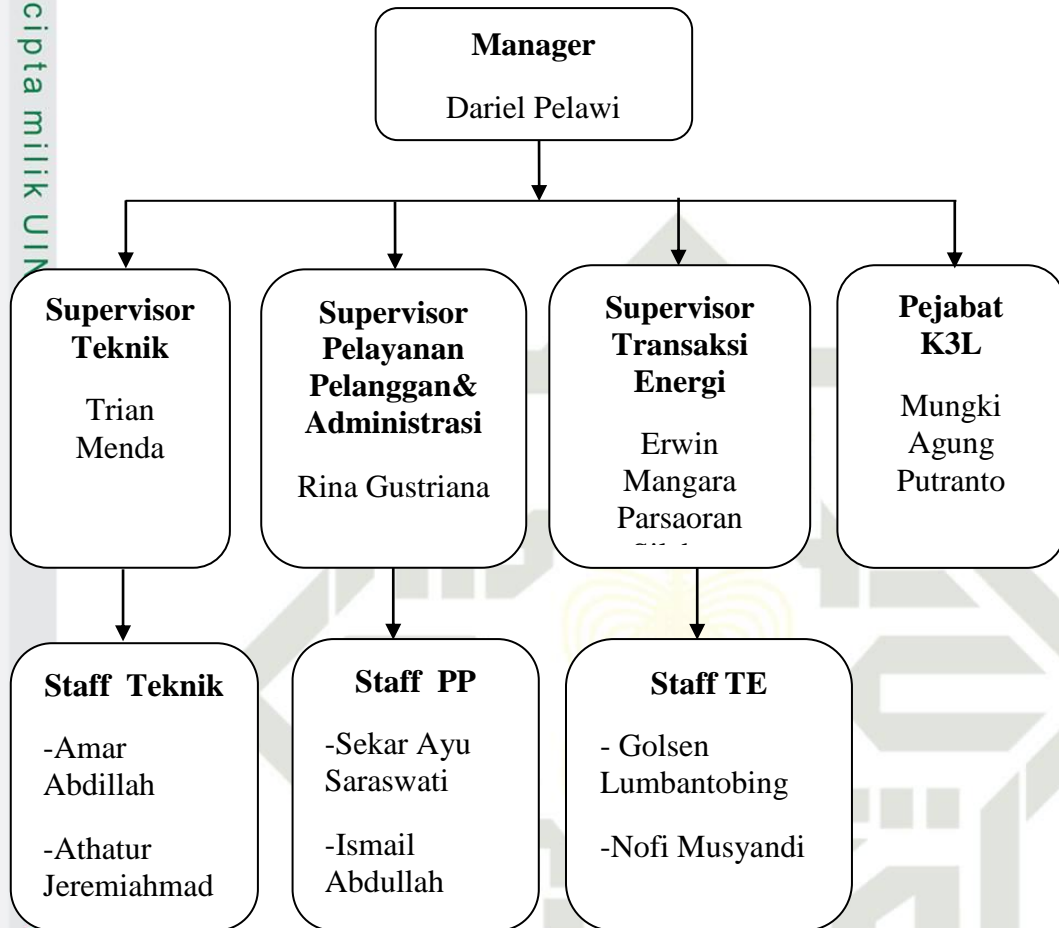
Tugas dan tanggung jawab Junior Teknik Pemeliharaan Distribusi adalah sebagai berikut:

- a. Menyusun jadwal pemeliharaan.
- b. Mengevaluasi pemeliharaan asset jaringan dan konstruksi distribusi.
- c. Menyusun perbaikan pemeliharaan jaringan distribusi untuk keandalan distribusi tenaga listrik.

### 4. Struktur Organisasi

Struktur organisasi merupakan gambaran skematis tentang hubungan tugas dan tanggung jawab serta kerjasama dari orang-orang yang terdapat di dalam perusahaan dalam rangka secara bersama – sama untuk mencapai tujuan. Secara sederhana struktur organisasi menyatakan alat dan cara kerja

mengatur sumber daya manusia bagi kegiatan – kegiatan ke arah pencapaian tujuan yang baik.



Untuk menunjang kinerja PT. PLN (Persero) ULP Panam maka didukung oleh 11 pegawai yang terdiri dari 1 Manajer, 3 Supervisor yaitu, Supervisor Teknik yang memiliki 2 orang staff, Supervisor Pelayanan Pelanggan & Administrasi yang memiliki 2 orang staff , Supervisor Transaksi Energi yang memiliki 2 orang staff, dan 1 Pejabat K3L.

**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 UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

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 UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

## BAB VI

### KESIMPULAN DAN SARAN

#### Kesimpulan

Berdasarkan hasil analisis data dan pembahasan pada bab sebelumnya dapat di tarik kesimpulan sebagai berikut :

1. Harga berpengaruh signifikan terhadap Perilaku Switching dari Pelanggan Pascabayar ke Prabayar Pada PT PLN ULP Panam.
2. *Variety seeking* berpengaruh signifikan terhadap Perilaku Switching dari Pelanggan Pascabayar ke Prabayar Pada PT PLN ULP Panam.
3. Kedua variabel bebas pada penelitian ini seperti harga dan *variety seeking* memiliki pengaruh terhadap Perilaku Switching dari Pelanggan Pascabayar ke Prabayar Pada PT PLN ULP Panam. Dan variabel yang memiliki pengaruh tertinggi adalah variabel *variety seeking* dikarenakan memiliki nilai signifikan paling kecil yaitu 0,000 dan nilai t hitung terbesar yaitu 4,513.
4. Diketahui bahwa nilai R 0,703. Maka dapat disimpulkan bahwa terdapat hubungan yang kuat antara variabel independen terhadap variabel dependen. Sedangkan nilai R Square sebesar 0,494. Hal ini menunjukkan bahwa variabel harga dan *variety seeking* secara keseluruhan memberikan pengaruh sebesar 49,4% terhadap perilaku *switching*, Sedangkan sisanya sebesar 50,6% dipengaruhi oleh variabel lain.



#### Hak Cipta Diindungi 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 UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

## Saran

Berdasarkan hasil penelitian, pembahasan dan kesimpulan yang diperoleh dalam penelitian ini, maka beberapa saran pelengkap terhadap perusahaan adalah sebagai berikut:

1. Harga memiliki pengaruh terhadap perilaku switching, perusahaan sebaiknya memperhatikan ketika memberikan harga dari produk mereka, sehingga konsumen tidak merasa keberatan.
2. *Variety seeking* berpengaruh terhadap perilaku switching, maka sebaiknya perusahaan memberikan produk dengan variasi yang beragam sesuai dengan keinginan dan kebutuhan pasar, sehingga semakin sesuai variasi produk yang diberikan, maka konsumen akan senantiasa menggunakan produk tersebut.
3. Bagi penelitian selanjutnya agar menggunakan teknik penelitian yang berbeda, ataupun menggunakan variabel yang lain, yang tidak terdapat pada penelitian ini. Sehingga dapat memberikan reverensi lebih baik untuk penelitian yang selanjutnya.

## DAFTAR PUSTAKA

- © Hak cipta milik UIN Suska Riau
- Hak Cipta Diindungi Undang-Undang
1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
- Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
  - Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.
- State Islamic University of Sultan Syarif Kasim Riau
- Alma, Buchari. 2018. *Manajemen Pemasaran dan Pemasaran Jasa*. Bandung: Alfabeta.
- Ainnas. (2013). Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Perilaku pelanggan Listrik Pascabayar Di Kecamatan Depok Kabupaten Sleman Provinsi DIY. Yogyakarta: Skripsi Program Sarjana Universitas Negeri Yogyakarta.
- Had, Muhammad et.all. 2001. *Pengantar Bisnis*. Jakarta: PT. Gramedia Pustaka Utama.
- Gunawan, Fransiskus, 2012. *Pengaruh Persepsi Merek dan Kepercayaan konsumen atas produk terhadap Bran Switching atas produk Smartphone (BlackBerry) pada Mahasiswa UNP*. Jurnal manajemen UNP Vol 2, No 01 (2013).
- Hartono, Kundi. 2018. *Pengaruh Satisfaction, Variety Seeking, Dan Alternative Attractiveness Terhadap Switching Behavior Melalui Switching Intentions*. Universitas Negeri Semarang.
- Hissain, Khadim dan Rizwan (2014). *Customer loyalty and switching behavior of Customer for Pepsi in Pakistan*. *Journal of Public Administration and Governance*. Vol. 4, No. 2
- Irawan, Andry, dkk. 2010. *Pengaruh Kualitas Fitur, Desain, Iklan, Kepuasan Konsumen Dan Kebutuhan Mencari Variasi Terhadap Keinginan*

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 UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

*Berpindah Merek Handpone (Survai Pada Pengguna Handphone Di Kota Purwokerto)*. Vol. 11No.1 Maret 2010 (p.83-106)

Fitrahnia, Mirna Erviana, dkk. 2019. *The Effect Of Push, Pull And Mooring Factors Toswitching Intention Of Post-Paid Electrical Customer'sto Prepaid Electrical*. Jurnal JOBS, Vol. 5, No. 1, Okt. 2019.

Noviana, Rislini. 2017. *Analisis Penyebab Customers Switching Behavior Pada Pengguna Perpustakaan Politeknik Kesehatan Kemenkes*. Vol. 6 No. 3

Paryanti, Ratna. 2015. *Pengaruh Strategi Diferensiasi Terhadap Keunggulan Bersaing (Studi Pada Hotel Resty Menara Pekanbaru)*. OM FISIP Volume 2 No 2 Oktober 2015

Peter, J.Paul dan Jerry C. Olson. 2003. *Perilaku Konsumen dan Strategi Pemasaran*. 6<sup>th</sup> Jakarta: Erlangga

Prayuda, Alfin Giwa. 2019. *Pengaruh Cita Rasa, Lokasi Dan Promosi Terhadap Keputusan Pembelian Pada Kafe Abah Burger Jl. Dahlia Kota Pekanbaru*. Skripsi. Manajemen Pemasaran Universitas Islam Negeri Sultan Syarif Kasim Riau

Romadhon, Gilang. 2013. *Analisis Faktor-Faktor Yang Memengaruhi Perilaku Perpindahan Pelanggan*. Jurnal Manajemen dan Akuntansi Volume 2, Nomor 3, Desember 2013.

Saladin, Djaslim. 2010. *Manajamen Pemasaran*. Bandung: CV. Agung Ilmu



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 UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

Saputri, Nindy Azis. 2019. *Pengaruh Kepercayaan Dan Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Konsumen Jne Express Di Kecamatan Ujung Batu Kabupaten Rokan Hulu*. Skripsi. Jurusan Manajemen Fakultas Ekonomi Dan Ilmu Sosial Universitas Islam Negeri Sultan Syarif Kasim Riau

Schiffman, Leon G. Dan Leslie Lazar Kanuk. 2007. *Perilaku Konsumen*. Jakarta: Indeks.

Siddiqui, DR Kamran. 2011. *Personality Influence Consumers Switching. Journal of Contemporary Research In Business: Vol.2 No. 10 pages 363-370*.

Sudarsono, Heri. 2020. *Buku Ajar Manajemen Pemasaran*. Jawa Timur: CV. Pustaka Abadi

Sudaryono. 2018. *Metodologi Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan Mix Method*. Depok: PT. Raja Grafindo Persada

Sugiyono, *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, R & D*. Bandung: Alfabeta, 2016.

Suliyanto. 2011. *Ekonometrika Terapan Teori & Aplikasi dengan SPSS*. Yogyakarta: CV. Andi Offset

Spadie, dkk. 2011. *Pengantar Studi Islam*. Semarang: PT. Raja Grafindo Persada



**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 UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

Tambunan, Irgo Andreas. *Pengaruh Word Of Mouth, Dissatisfaction, Dan Variety Seeking Terhadap Brand Switching Pada Pengguna Kapal Motor Di Parapat*. Universitas Sumatera Utara.

Tiptono, Fandy. 2019. *Strategi Pemasaran Prinsip dan Penerapan*. Yogyakarta: Andi Offset

Umar, Husein. 2005. *Riset Pemasaran & Perilaku Konsumen*. Jakarta: PT. Gramedia Pustaka Utama

Waluyo, Purwanto dan Agus Pamungkas. 2003. *Analisis Perilaku Brand Switching Konsumen dalam Pembelian Produk Handphone di Semarang*. Jurnal Bisnis dan Ekonomi. <https://edukatama.files.wordpress.com>

Wibowo, Alexander Joseph Ibnu. 2013. *Perpindahan Pelanggan (Customer Switching) Dalam Pemasaran Jasa: Sebuah Analisis Konseptual*. Volume 17, Nomor 1, Januari 2013

Yasup, Muhammad. 2001. *Analisis Pengaruh Promosi, Harga, Kualitas Produk Dan Layanan Purna Jual Terhadap Keputusan Pembelian Sepeda Motor Honda (Studi Kasus Pada Mahasiswa Fakultas Ekonomi Universitas Diponegoro Semarang)*. Universitas Diponegoro Semarang.



KEMENTERIAN AGAMA  
UNIVERSITAS ISLAM NEGERI SULTAN SYARIF KASIM RIAU  
FAKULTAS EKONOMI DAN ILMU SOSIAL

كلية العلوم الاقتصادية والاجتماعية

FACULTY OF ECONOMICS AND SOCIAL SCIENCES

Jl. H. R. Soebrantas No. 155 Km. 15 Tuahmadani Tampan - Pekanbaru 28293 PO Box 1400 Telp. 0761-562051  
Fax. 0761-562052 Web. www.uin-suska.ac.id, E-mail : fekonso@uin-suska.ac.id

Hak Cipta Milik UIN Suska Riau  
State Islamic University of Sultan Syarif Kasim Riau

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber.  
2. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.  
3. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.  
4. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

Un.04/F.VII/PP.00.9/1785/2021  
: Biasa  
: Izin Riset

Pekanbaru, 12 Maret 2021 M  
28 Rajab 1442 H

Kepada  
Yth. Pimpinan  
PT. PLN ULP Panam  
di Tempat

Assalamu'alaikum Wr. Wb.

Dengan hormat, disampaikan bahwa salah seorang Mahasiswa Fakultas Ekonomi dan Ilmu Sosial Universitas Islam Negeri Sultan Syarif Kasim Riau :

Nama : Sabrina Romadona Hasibuan  
NIM. : 11770123604  
Jurusan : Manajemen  
Semester : VIII (Delapan)

bermaksud mengadakan Riset dalam rangka penulisan skripsi yang berjudul: **"Analisis Faktor-faktor Yang Mempengaruhi Perilaku Switching Dari Pelanggan Pascabayar Ke Prabayar Pada PT. PLN ULP Panam"** Untuk itu kami mohon kiranya Saudara berkenan memberikan bantuan yang diperlukan kepada mahasiswa tersebut.

Demikianlah, atas bantuan dan kerjasama Saudara diucapkan terima kasih.



Dr. Drs. H. Muh. Said HM, M.Ag, MM  
NIP. 19620512 198903 1 003

Hak Cipta Ditanggung Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mengutip sumbernya.  
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 UIN Suska Riau.

2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

Nomor : 0291 /STH.01.04/C10020200/2021  
Lampiran : -  
Sifat : Segera  
Perihal : Surat Izin Penelitian

Pekanbaru, 25 Mei 2021

Kepada:  
UIN SUSKA  
Fakultas Ekonomi dan Ilmu Sosial  
Di Pekanbaru

Yth. Dekan Fakultas Ekonomi dan Ilmu Sosial

Menjawab surat saudara nomor Un.04/F/VII/PP.00.9/1785/2021 tanggal 12 Maret 2021 perihal permohonan izin penelitian:

Nama : Sabrina Romadona Hasibuan  
NIM : 11770123604  
Prodi : Manajemen

Bersama ini dapat kami sampaikan bahwa siswa tersebut diatas dapat kami terima untuk melakukan penelitian pada PT PLN (Persero) Unit Layanan Pelanggan Panam. Selama melaksanakan siswa tersebut diatas harus memenuhi ketentuan sebagai berikut :

1. Bersedia mematuhi peraturan PT PLN (Persero) Unit Layanan Pelanggan Panam
2. PT PLN (Persero) Unit Layanan Pelanggan Panam tidak bertanggung jawab apabila terjadi kecelakaan/sakit pada Mahasiswa
3. PT PLN (Persero) Unit Layanan Pelanggan Panam berhak untuk memberikan atau tidak memberikan data yang dibutuhkan oleh Mahasiswa selama melakukan penelitian.

Demikian kami sampaikan, atas perhatian dan kerjasamanya diucapkan terima kasih.



DARIEL PELAWI

## KUESIONER PENELITIAN

Assalamualaikum Warahmatullahi Wabarakatuh

Responden yang terhormat,

Saya Sabrina Romadona Hasibuan, Mahasiswa Fakultas Ekonomi dan Ilmu Sosial di Universitas Islam Negri Sultan Syarif Kasim Riau. Dengan segenap kerendahan hati, saya memohon kesediaan Bapak/Ibu dan saudara/i untuk mengisi kuesioner ini dengan jujur dan apa adanya. Informasi yang Bapak/ibu dan saudara/i isikan pada kuesioner ini semata-mata hanya digunakan untuk kepentingan penelitian dalam penyusunan skripsi dengan judul **“Analisis Faktor-Faktor yang Mempengaruhi Perilaku *Switching* dari Pelanggan Pascabayar ke Prabayar Pada PT PLN ULP Panam”** pada program studi S1 Manajemen.

Atas kerjasama dan perhatian Bapak/ibu dan saudara/i berikan saya ucapkan terimakasih.

Berilah tanda centang () pada kotak yang telah disediakan

### A IDENTITAS RESPONDEN

1. Nama : \_\_\_\_\_
2. Umur : \_\_\_\_\_ Tahun
3. Jenis Kelamin :  Laki-Laki  Perempuan
4. Sejak Kapan Beralih Menggunakan Listrik Prabayar :  < 3 Bulan  1-2 Tahun  
 3-12 Bulan  > 2 Tahun
5. Pendidikan Terakhir :  SD  SMP  SMA



D3     S1     Lainnya

(.....)

**B. PETUNJUK PENGISIAN**

1. Bacalah pertanyaan dengan teliti dan pilihlah jawaban yang menurut anda paling sesuai.
2. Berilah tanda ceklis () pada jawaban yang paling sesuai menurut anda.
3. Keterangan Jawaban :

Keterangan	Nilai
SS (Sangat Setuju)	5
S (Setuju)	4
C (Cukup)	3
TS (Tidak Setuju)	2
STS (Sangat Tidak Setuju)	1

**1. Variabel Perilaku *Switching* (Y)**

No	PERNYATAAN	JAWABAN				
		SS	S	C	TS	STS
	Mencari Informasi					

**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 UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.



1	Saya selalu mencari informasi mengenai listrik Prabayar					
2	Saya mencari tahu bahwa informasi mengenai listrik Prabayar dapat diakses melalui website pln.co.id					
<b>Ingin Merasakan yang Berbeda</b>						
3	Saya ingin mencoba menggunakan listrik Prabayar karena merasa saat menggunakan listrik pascabayar saya kesulitan dalam mengatur pengeluaran					
4	Saya merasa jenuh menggunakan listrik pascabayar dan ingin beralih menggunakan listrik Prabayar					
<b>Niat</b>						
5	Saya berniat beralih menggunakan listrik Prabayar ke pascabayar karena atas rekomendasi orang terdekat					
6	Saya memilih listrik Prabayar karena atas keinginan diri saya sendiri					

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

© Hak cipta milik UIN Suska Riau  
 State Islamic University of Sultan Syarif Kasim Riau

1. Diarangi 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 UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.



2. Variabel Harga (X<sub>1</sub>)

No	PERNYATAAN	JAWABAN				
		SS	S	C	TS	STS
<b>Keterjangkauan Harga</b>						
7	Saya menggunakan listrik Prabayar karena harganya terjangkau dibandingkan dengan listrik pascabayar					
8	Saya menggunakan listrik Prabayar karena harga bervariasi sesuai dengan pemakaian					
<b>Kesesuaian Harga Dengan Kualitas Produk</b>						
9	Saya menggunakan listrik Prabayar karena harga listrik Prabayar sesuai dengan kualitasnya					
10	Saya merasa harga listrik Prabayar sesuai dengan hasil yang diinginkan					
<b>Daya Saing Harga</b>						
11	Saya merasa harga listrik Prabayar dapat bersaing dengan listrik pascabayar					
12	Saya merasa harga listrik Prabayar lebih					

Hak Cipta Diindungi Undang-Undang

© Hak cipta milik UIN Suska Riau State Islamic University of Sultan Syarif Kasim Riau

1. Diarangi 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 UIN Suska Riau.

2. Diarangi mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

	ekonomis					
<b>Kesesuaian Harga Dengan Manfaat Produk</b>						
13	Saya merasa harga listrik Prabayar sesuai dengan manfaat yang saya rasakan					
14	Saya merasa harga listrik Prabayar memiliki manfaat yang bagus dibandingkan listrik Pascabayar					

**3. Variety Seeking (X<sub>2</sub>)**

No	PERNYATAAN	JAWABAN				
		SS	S	C	TS	STS
<b>Rasa Bosan</b>						
5	Saya merasa bosan menggunakan listrik pascabayar					
6	Saya merasa menggunakan listrik pascabayar memiliki resiko dalam pencatatan jumlah kWh terpakai oleh petugas PLN					
<b>Pertarik Mencoba Merek Lain</b>						

- 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 UIN Suska Riau.
  2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

17	Saya mencari informasi mengenai listrik prabayar					
18	Saya suka ingin tahu dengan listrik prabayar					
<b>Mencari Merek Lain</b>						
19	Saya tidak khawatir menggunakan listrik prabayar					
20	Saya menggunakan listrik parabayar karena aman dari biaya denda atau pemutusan aliran listrik					

**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 UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.



**VARIABEL X1**

Hak Cipta

**TABULASI**

RESPONDEN	X1.1	X1.2	X1.3	X1.4	X1.5	X1.6	X1.7	X1.8	TOTAL X1
1	5	5	5	4	3	4	4	5	35
2	4	4	4	4	4	4	5	5	34
3	5	5	5	4	5	5	4	5	38
4	5	5	5	5	5	5	5	5	40
5	5	4	5	4	5	4	4	4	35
6	5	5	5	5	5	5	5	5	40
7	4	4	4	4	4	4	4	4	32
8	5	5	5	5	5	5	5	5	40
9	4	4	4	4	5	5	5	5	36
10	3	3	4	4	4	4	5	5	32
11	5	5	5	5	5	5	5	5	40
12	5	4	5	4	5	5	5	5	38
13	4	5	4	5	5	5	4	4	36
14	5	5	5	5	5	5	5	5	40
15	5	5	5	4	5	5	5	5	39
16	4	4	3	4	4	4	3	4	30
17	5	5	5	5	5	5	5	5	40
18	5	5	5	5	4	4	5	4	37
19	4	4	4	4	4	4	5	4	33

1. Diarangi 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 UIN Suska Riau.
2. Diarangi mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

20	5	5	5	4	5	5	4	4	37
21	4	4	4	5	5	5	5	5	37
22	4	4	5	5	5	5	4	4	36
23	5	3	5	5	5	5	5	5	38
24	5	5	4	4	5	5	4	4	36
25	5	5	5	3	5	5	5	5	38
26	5	5	4	5	5	5	5	5	39
27	4	5	5	5	5	5	5	5	39
28	5	5	5	5	5	4	5	5	39
29	5	3	5	5	4	5	4	4	35
30	5	5	5	5	5	5	5	4	39
31	5	5	3	5	5	5	5	5	38
32	5	5	5	5	5	5	5	5	40
33	4	4	4	4	5	5	4	4	34
34	5	5	5	5	5	5	4	4	38
35	5	5	4	5	5	5	5	5	39
36	4	4	5	5	5	5	4	4	36
37	4	4	4	4	4	4	4	4	32
38	5	4	5	5	5	5	5	4	38
39	4	4	4	4	5	5	5	5	36
40	4	4	4	4	5	5	5	3	34
41	3	4	4	3	4	5	5	5	33

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 UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengummumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

42	5	5	5	5	5	5	4	4	38
43	5	3	3	5	5	4	5	5	35
44	5	4	5	5	4	3	3	3	32
45	5	4	5	5	4	5	4	5	37
46	5	5	4	4	5	5	5	5	38
47	5	5	5	5	4	5	5	5	39
48	4	5	4	4	5	4	5	5	36
49	5	5	4	5	5	4	5	5	38
50	5	5	5	5	5	5	5	5	40
51	5	5	5	4	4	5	5	5	38
52	5	5	5	5	5	5	5	5	40
53	5	5	5	4	5	5	5	5	39
54	5	4	5	5	5	4	5	5	38
55	5	5	5	4	5	5	5	5	39
56	4	4	4	4	4	4	4	4	32
57	5	5	5	5	4	4	5	5	38
58	5	5	4	4	5	5	5	5	38
59	4	4	4	4	4	4	4	4	32
60	3	3	4	4	4	3	3	4	28
61	4	5	4	4	5	5	4	4	35
62	4	4	4	5	5	5	4	4	35
63	5	5	5	5	5	4	4	5	38

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 UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengummumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.



64	3	3	4	4	4	4	3	2	27
65	4	5	4	4	5	5	4	4	35
66	4	4	4	4	5	5	5	5	36
67	5	5	5	5	5	5	5	5	40
68	4	4	5	5	3	4	5	5	35
69	4	5	4	5	4	4	5	5	36
70	5	5	5	4	4	5	5	5	38
71	4	4	4	4	5	5	5	5	36
72	3	3	3	4	4	4	3	3	27
73	4	4	3	3	2	3	4	2	25
74	4	4	4	4	4	4	4	4	32
75	5	5	4	4	5	5	4	4	36
76	3	4	3	4	5	5	5	4	33
77	5	5	4	4	5	5	5	5	38
78	4	4	5	4	5	4	4	4	34
79	3	3	3	3	4	4	4	4	28
80	4	3	3	4	4	4	4	3	29
81	4	4	4	3	3	4	3	4	29
82	5	4	4	4	3	3	4	5	32
83	5	5	5	4	4	5	4	4	36
84	4	4	4	3	3	3	4	4	29
85	5	4	5	5	5	4	4	4	36

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 UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

86	4	4	4	5	5	4	4	4	34
87	4	3	4	4	2	2	4	4	27
88	5	4	5	5	4	4	5	4	36
89	4	5	4	4	3	3	5	5	33
90	4	4	4	4	4	5	5	5	35
91	5	5	5	5	3	3	3	5	34
92	4	5	4	4	4	5	5	5	36
93	5	5	4	4	4	4	4	4	34
94	5	5	3	3	3	5	5	5	34

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 UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengummumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

### VARIABEL X2

RESPONDEN	X2.1	X2.2	X2.3	X2.4	X2.5	X2.6	TOTAL X2
1	3	4	4	4	5	5	25
2	4	5	4	5	5	5	28
3	5	5	5	5	5	5	30
4	5	5	5	5	5	5	30
5	4	4	4	4	4	4	24
6	5	5	5	5	5	5	30
7	4	4	4	4	4	5	25
8	5	5	5	5	5	5	30
9	5	5	5	4	5	5	29
10	4	4	5	5	4	5	27

11	5	5	5	5	5	5	30
12	5	5	5	5	4	4	28
13	4	4	4	4	4	4	24
14	4	4	4	5	5	5	27
15	5	5	5	5	5	5	30
16	5	4	5	5	4	4	27
17	5	5	5	5	5	5	30
18	5	5	5	5	4	4	28
19	5	4	5	5	5	5	29
20	4	4	4	4	4	4	24
21	4	4	4	4	4	4	24
22	4	4	4	4	4	4	24
23	4	4	5	5	5	5	28
24	5	5	4	4	5	5	28
25	5	5	4	4	5	5	28
26	5	5	5	5	5	4	29
27	4	4	5	5	5	5	28
28	4	5	5	5	5	5	29
29	5	5	5	4	5	5	29
30	4	4	5	5	4	5	27
31	5	5	5	5	4	4	28
32	3	5	5	5	5	5	28

**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 UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

33	4	4	5	5	5	5	28
34	5	5	4	4	5	4	27
35	5	5	5	5	5	5	30
36	4	5	5	5	5	5	29
37	4	4	4	4	4	5	25
38	4	4	4	4	5	5	26
39	4	4	4	3	4	4	23
40	5	5	5	5	4	3	27
41	5	5	4	4	4	4	26
42	4	4	4	4	4	4	24
43	4	4	4	4	5	5	26
44	4	4	3	3	3	4	21
45	5	3	5	5	5	4	27
46	5	5	4	4	4	5	27
47	5	5	5	4	4	5	28
48	5	4	4	4	5	5	27
49	5	4	5	5	4	5	28
50	5	5	4	5	5	5	29
51	5	5	5	5	5	4	29
52	4	4	4	5	5	5	27
53	5	5	4	5	5	5	29
54	5	4	5	5	5	4	28

**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 UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

55	5	4	5	5	4	4	27
56	4	4	4	4	4	4	24
57	5	5	5	5	4	4	28
58	5	5	5	5	5	5	30
59	4	4	4	4	4	4	24
60	4	4	3	3	3	4	21
61	4	4	5	5	5	4	27
62	4	4	4	4	4	4	24
63	5	5	5	5	4	4	28
64	4	3	3	3	4	4	21
65	4	4	4	4	5	5	26
66	5	5	5	4	4	5	28
67	5	5	5	5	5	5	30
68	4	4	4	5	5	5	27
69	4	4	5	5	5	4	27
70	5	4	5	4	4	4	26
71	4	4	4	4	4	4	24
72	3	3	3	3	4	4	20
73	3	4	3	4	3	3	20
74	4	4	4	4	3	3	22
75	4	5	5	5	4	3	26
76	5	4	4	4	5	3	25

**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 UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

77	4	4	5	5	4	5	27
78	5	5	4	4	5	4	27
79	4	4	4	3	3	4	22
80	3	3	4	4	4	3	21
81	4	4	4	4	3	3	22
82	4	4	5	5	5	4	27
83	4	5	5	4	4	5	27
84	4	5	4	4	5	5	27
85	5	5	5	4	4	4	27
86	5	5	4	4	4	4	26
87	4	4	4	2	4	3	21
88	5	5	4	4	5	5	28
89	3	3	5	4	3	5	23
90	5	5	5	5	4	4	28
91	5	5	3	3	5	3	24
92	4	4	4	4	5	5	26
93	4	5	5	5	4	4	27
94	5	5	5	5	4	4	28

**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 UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

## VARIABEL Y

© Hak cipta milik UIN Suska Riau

State Islamic University of Sultan Syarif Kasim Riau

### 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 UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

RESPONDEN	Y1	Y2	Y3	Y4	Y5	Y6	TOTAL Y
1	5	5	5	5	4	4	28
2	5	5	4	4	5	4	27
3	5	5	5	5	5	5	30
4	5	5	5	5	5	5	30
5	5	4	5	4	5	4	27
6	5	5	5	5	5	5	30
7	4	4	5	5	5	5	28
8	5	5	5	5	5	5	30
9	5	5	5	5	5	5	30
10	5	5	5	5	5	5	30
11	5	5	5	5	5	5	30
12	5	4	5	4	5	4	27
13	3	4	4	4	4	4	23
14	4	4	4	4	4	5	25
15	5	5	5	4	4	5	28
16	5	5	4	4	4	5	27
17	5	5	5	5	5	5	30
18	5	4	5	4	5	5	28
19	5	5	5	5	5	4	29
20	4	4	4	4	4	4	24

**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 UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

21	4	4	4	4	4	4	24
22	4	3	4	4	5	5	25
23	5	5	4	4	5	5	28
24	5	5	5	3	5	5	28
25	5	5	4	4	5	5	28
26	5	5	5	5	4	5	29
27	5	5	5	4	4	5	28
28	5	5	5	5	4	4	28
29	5	5	5	4	5	5	29
30	5	5	5	4	4	4	27
31	5	5	4	4	4	5	27
32	5	4	5	5	5	5	29
33	5	5	5	5	5	5	30
34	5	5	4	4	5	5	28
35	5	4	5	4	5	5	28
36	5	5	5	5	5	5	30
37	4	4	4	5	5	5	27
38	5	5	5	4	4	5	28
39	4	2	4	4	4	4	22
40	5	5	5	5	4	4	28
41	4	3	4	4	3	3	21
42	4	4	5	5	3	3	24



**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 UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

43	5	5	4	4	5	5	28
44	5	5	5	4	4	5	28
45	5	5	5	4	4	5	28
46	5	4	5	4	5	4	27
47	5	5	5	4	4	4	27
48	5	5	4	4	5	5	28
49	4	4	4	4	5	5	26
50	5	5	5	5	4	4	28
51	5	5	5	5	4	5	29
52	5	5	5	4	4	5	28
53	5	5	5	4	4	5	28
54	5	5	4	4	5	5	28
55	5	5	4	4	5	5	28
56	4	4	4	4	4	4	24
57	4	4	4	4	5	5	26
58	4	5	4	4	4	4	25
59	4	4	4	4	4	4	24
60	3	3	4	4	3	4	21
61	3	4	3	3	4	4	21
62	5	5	5	5	5	5	30
63	5	4	4	5	5	4	27
64	4	4	3	4	4	4	23

65	5	5	5	5	4	4	28
66	4	4	4	4	5	5	26
67	5	5	5	5	5	5	30
68	4	4	4	4	5	5	26
69	4	5	4	5	4	4	26
70	4	5	4	4	5	5	27
71	4	4	4	4	4	5	25
72	3	3	3	4	4	3	20
73	4	3	3	2	3	4	19
74	4	4	4	4	4	4	24
75	5	5	4	4	5	4	27
76	4	4	5	5	4	3	25
77	5	5	5	4	4	5	28
78	5	4	4	4	5	4	26
79	3	3	3	4	4	3	20
80	4	4	3	3	3	4	21
81	4	4	4	4	4	4	24
82	5	3	3	3	5	3	22
83	5	4	5	5	5	4	28
84	4	5	5	3	3	4	24
85	4	4	5	5	4	4	26
86	4	4	4	4	5	4	25

**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 UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

87	5	5	5	3	3	3	24
88	5	5	4	4	4	4	26
89	4	4	4	5	4	4	25
90	5	5	5	5	5	5	30
91	4	3	3	4	5	5	24
92	4	4	4	4	4	4	24
93	4	4	4	4	5	5	26
94	3	3	3	3	4	4	20

**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 UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

## OLAHAN DATA

### UJI VALIDITAS

#### VARIABEL X1

##### Item-Total Statistics

	Scale Mean if Item Deleted	Scale Variance if Item Deleted	Corrected Item-Total Correlation	Cronbach's Alpha if Item Deleted
X1.1	31,04	9,805	,601	,790
X1.2	31,12	9,717	,573	,794
X1.3	31,15	10,064	,506	,803
X1.4	31,16	10,415	,449	,810
X1.5	31,06	9,587	,534	,800
X1.6	31,03	9,730	,562	,795
X1.7	31,03	10,053	,532	,800
X1.8	31,05	9,771	,552	,797

#### VARIABEL X2

##### Item-Total Statistics

	Scale Mean if Item Deleted	Scale Variance if Item Deleted	Corrected Item-Total Correlation	Cronbach's Alpha if Item Deleted
X2.1	22,06	5,071	,472	,752

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 UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

**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 UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

X2.2	22,06	5,007	,522	,741
X2.3	22,03	4,762	,598	,721
X2.4	22,09	4,509	,621	,713
X2.5	22,06	4,899	,521	,740
X2.6	22,09	5,132	,395	,773

**VARIABEL Y**

**Item-Total Statistics**

	Scale Mean if Item Deleted	Scale Variance if Item Deleted	Corrected Item-Total Correlation	Cronbach's Alpha if Item Deleted
Y1	21,90	5,206	,709	,738
Y2	22,02	5,053	,635	,753
Y3	22,04	5,245	,630	,755
Y4	22,20	5,776	,466	,792
Y5	22,02	5,914	,416	,803
Y6	21,99	5,645	,511	,783

## UJI RELIABILITAS

### VARIABEL X1

#### Reliability Statistics

Cronbach's Alpha	N of Items
,819	8

### VARIABEL X2

#### Reliability Statistics

Cronbach's Alpha	N of Items
,774	6

### VARIABEL Y

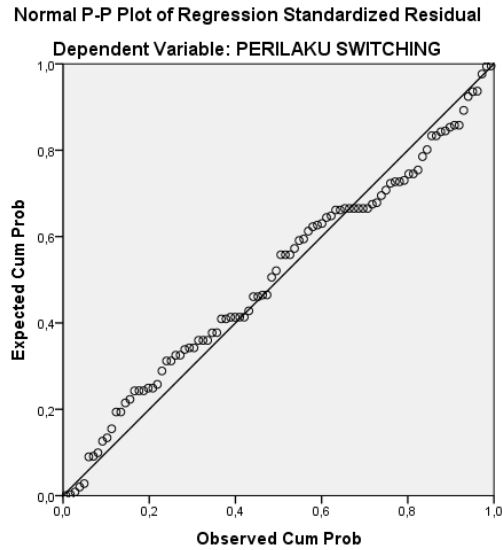
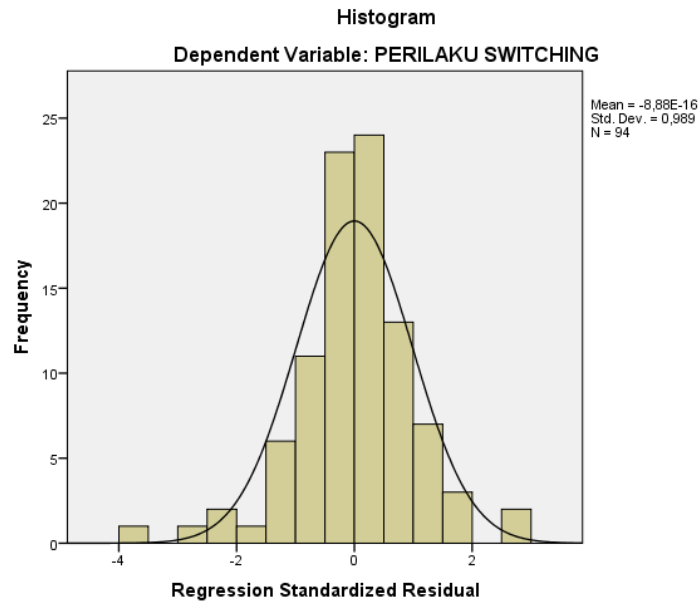
#### Reliability Statistics

Cronbach's Alpha	N of Items
,803	6

#### 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 UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

## UJI NORMALITAS



### 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 UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

**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 UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

**One-Sample Kolmogorov-Smirnov Test**

		Unstandardized Residual
N		94
Normal Parameters <sup>a,b</sup>	Mean	,0000000
	Std. Deviation	1,95903392
	Most Extreme Differences	
	Absolute	,081
	Positive	,073
	Negative	-,081
Test Statistic		,081
Asymp. Sig. (2-tailed)		,158 <sup>c</sup>

- a. Test distribution is Normal.
- b. Calculated from data.
- c. Lilliefors Significance Correction.



## UJI MULTIKOLINIERITAS

Coefficients<sup>a</sup>

Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.	Collinearity Statistics	
	B	Std. Error	Beta			Tolerance	VIF
1 (Constant)	5,649	2,229		2,534	,013		
HARGA	,185	,087	,238	2,125	,036	,442	2,263
VARIETY SEEKING	,537	,119	,506	4,513	,000	,442	2,263

a. Dependent Variable: PERILAKU SWITCHING

## UJI AUTOKORELASI

Model Summary<sup>b</sup>

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate	Durbin-Watson
1	,703 <sup>a</sup>	,494	,483	1,980	1,736

a. Predictors: (Constant), VARIETY SEEKING, HARGA

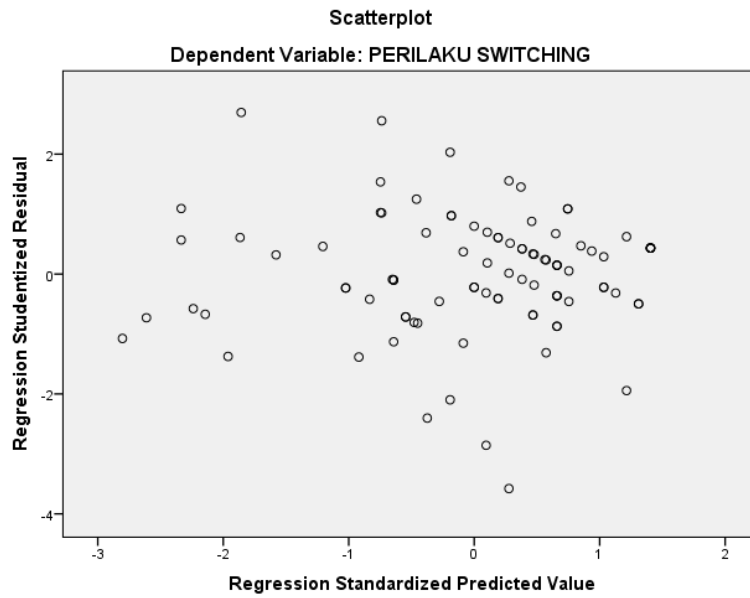
b. Dependent Variable: PERILAKU SWITCHING

1. Diarangi 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 UIN Suska Riau.
2. Diarangi mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

**Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang**

1. Diarangi 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 UIN Suska Riau.
2. Diarangi mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

**UJI HETEROSKEDASTISITAS**



**UJI REGRESI LINIER BERGANDA**

**Coefficients<sup>a</sup>**

Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	T	Sig.
	B	Std. Error	Beta		
1 (Constant)	5,649	2,229		2,534	,013
HARGA	,185	,087	,238	2,125	,036

VARIETY SEEKING	,537	,119	,506	4,513	,000
-----------------	------	------	------	-------	------

a. Dependent Variable: PERILAKU SWITCHING

### UJI SIMULTAN

### ANOVA<sup>a</sup>

Model		Sum of Squares	Df	Mean Square	F	Sig.
1	Regression	348,200	2	174,100	44,389	,000 <sup>b</sup>
	Residual	356,917	91	3,922		
	Total	705,117	93			

a. Dependent Variable: PERILAKU SWITCHING

b. Predictors: (Constant), VARIETY SEEKING, HARGA

- Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang**
- Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
    - Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
    - Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
  - Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

**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 UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

**UJI PARSIAL**

**Coefficients<sup>a</sup>**

Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	T	Sig.
	B	Std. Error	Beta		
1 (Constant)	5,649	2,229		2,534	,013
HARGA	,185	,087	,238	2,125	,036
VARIETY SEEKING	,537	,119	,506	4,513	,000

a. Dependent Variable: PERILAKU SWITCHING

**UJI KOEFISIEN DETERMINASI**

**Model Summary<sup>b</sup>**

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	,703 <sup>a</sup>	,494	,483	1,980

a. Predictors: (Constant), VARIETY SEEKING, HARGA

b. Dependent Variable: PERILAKU SWITCHING

## FREKUENSI TANGGAPAN RESPONDEN

### VARIABEL X1

#### X1.1

	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid C	7	7,4	7,4	7,4
S	35	37,2	37,2	44,7
SS	52	55,3	55,3	100,0
Total	94	100,0	100,0	

#### X1.2

	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid C	10	10,6	10,6	10,6
S	36	38,3	38,3	48,9
SS	48	51,1	51,1	100,0
Total	94	100,0	100,0	

#### X1.3

	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent

#### 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 UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

**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 UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

Valid	C	9	9,6	9,6	9,6
	S	41	43,6	43,6	53,2
	SS	44	46,8	46,8	100,0
	Total	94	100,0	100,0	

**X1.4**

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	C	7	7,4	7,4	7,4
	S	46	48,9	48,9	56,4
	SS	41	43,6	43,6	100,0
	Total	94	100,0	100,0	

**X1.5**

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	TS	2	2,1	2,1	2,1
	C	8	8,5	8,5	10,6
	S	29	30,9	30,9	41,5
	SS	55	58,5	58,5	100,0
	Total	94	100,0	100,0	

**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 UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

**X1.6**

	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid TS	1	1,1	1,1	1,1
C	7	7,4	7,4	8,5
S	31	33,0	33,0	41,5
SS	55	58,5	58,5	100,0
Total	94	100,0	100,0	

**X1.7**

	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid C	7	7,4	7,4	7,4
S	34	36,2	36,2	43,6
SS	53	56,4	56,4	100,0
Total	94	100,0	100,0	

**X1.8**

	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid TS	2	2,1	2,1	2,1
C	4	4,3	4,3	6,4

**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 UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

S	36	38,3	38,3	44,7
SS	52	55,3	55,3	100,0
Total	94	100,0	100,0	

**VARIABEL X2**

**X2.1**

	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid C	6	6,4	6,4	6,4
S	43	45,7	45,7	52,1
SS	45	47,9	47,9	100,0
Total	94	100,0	100,0	

**X2.2**

	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid C	5	5,3	5,3	5,3
S	45	47,9	47,9	53,2
SS	44	46,8	46,8	100,0
Total	94	100,0	100,0	



**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 UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

**X2.3**

	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid C	6	6,4	6,4	6,4
S	40	42,6	42,6	48,9
SS	48	51,1	51,1	100,0
Total	94	100,0	100,0	

**X2.4**

	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid TS	1	1,1	1,1	1,1
C	7	7,4	7,4	8,5
S	40	42,6	42,6	51,1
SS	46	48,9	48,9	100,0
Total	94	100,0	100,0	

**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 UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

**X2.5**

	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid C	7	7,4	7,4	7,4
S	41	43,6	43,6	51,1
SS	46	48,9	48,9	100,0
Total	94	100,0	100,0	

**X2.6**

	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid C	9	9,6	9,6	9,6
S	39	41,5	41,5	51,1
SS	46	48,9	48,9	100,0
Total	94	100,0	100,0	

## VARIABEL Y

© Hak cipta milik UIN Suska Riau

State Islamic University of Sultan Syarif Kasim Riau

### Hak Cipta Diindungi 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 UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

### Y1

	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid C	6	6,4	6,4	6,4
S	32	34,0	34,0	40,4
SS	56	59,6	59,6	100,0
Total	94	100,0	100,0	

### Y2

	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid TS	1	1,1	1,1	1,1
C	9	9,6	9,6	10,6
S	34	36,2	36,2	46,8
SS	50	53,2	53,2	100,0
Total	94	100,0	100,0	

UIN SUSKA RIAU

**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 UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

**Y3**

	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid C	9	9,6	9,6	9,6
S	39	41,5	41,5	51,1
SS	46	48,9	48,9	100,0
Total	94	100,0	100,0	

**Y4**

	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid TS	1	1,1	1,1	1,1
C	7	7,4	7,4	8,5
S	55	58,5	58,5	67,0
SS	31	33,0	33,0	100,0
Total	94	100,0	100,0	

**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 UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

**Y5**

	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid C	7	7,4	7,4	7,4
S	41	43,6	43,6	51,1
SS	46	48,9	48,9	100,0
Total	94	100,0	100,0	

**Y6**

	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid C	7	7,4	7,4	7,4
S	38	40,4	40,4	47,9
SS	49	52,1	52,1	100,0
Total	94	100,0	100,0	

## KARAKTERISTIK RESPONDEN

### USIA

#### USIA

	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid 21-30 TAHUN	4	4,3	4,3	4,3
31-40 TAHUN	28	29,8	29,8	34,0
41-50 TAHUN	45	47,9	47,9	81,9
>51 TAHUN	17	18,1	18,1	100,0
Total	94	100,0	100,0	

### JENIS KELAMIN

#### JENIS KELAMIN

	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid LAKI-LAKI	53	56,4	56,4	56,4
PEREMPUAN	41	43,6	43,6	100,0

#### 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 UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

**WAKTU PINDAH**

Total	94	100,0	100,0
-------	----	-------	-------

**WAKTU BERPINDAH**

	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid 3-12 BULAN	30	31,9	31,9	31,9
1-2 TAHUN	25	26,6	26,6	58,5
>2 TAHUN	39	41,5	41,5	100,0
Total	94	100,0	100,0	

**PENDIDIKAN TERAKHIR**

**PENDIDIKAN**

	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid SD	2	2,1	2,1	2,1
SMP	13	13,8	13,8	16,0
SMA	35	37,2	37,2	53,2
D3	9	9,6	9,6	62,8
S1	31	33,0	33,0	95,7

**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 UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

S2	4	4,3	4,3	100,0
Total	94	100,0	100,0	



**Hak Cipta Diindungi 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 UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.



**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 UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

**RIWAYAT HIDUP**

Sabrina Romadona Hasibuan dilahirkan di Pekanbaru, Kelurahan Industri tenayan, Kecamatan Tenayan Raya, Kota Pekanbaru, pada tanggal 20 Desember 1999. Lahir dari pasangan Bapak Drs. H. Kalayo Hasibuan M.Ed- TESOL dan Ibu Siti Aisyah merupakan anak ketiga dari empat bersaudara. Masuk sekolah dasar pada tahun 2005 di SDN 001 Pekanbaru dan tamat pada tahun 2011.

Pada tahun 2011 melanjutkan pendidikan ke sekolah lanjutan tingkat pertama di SMPN 11 Pekanbaru dan tamat pada tahun 2014. Pada tahun 2014 penulis melanjutkan pendidikan ke SMA Muhammadiyah 1 Pekanbaru dan tamat pada tahun 2017.

Pada tahun 2017 melalui jalur (Mandiri) penulis diterima menjadi mahasiswa Program Studi Manajemen Fakultas Ekonomi dan Ilmu Sosial Universitas Islam Negeri (UIN) Sultan Syarif Kasim Riau. Pada Bulan Januari Hingga Februari tahun 2020 penulis melaksanakan Praktek Kerja Lapangan di PT. PEN ULP Panam, Provinsi Riau, Kota Pekanbaru.

Pada Bulan Juli sampai Agustus 2020 penulis melaksanakan Kuliah Kerja Nyata (KKN) di Kelurahan Tenayan Raya, Kecamatan Tenayan Raya, Provinsi Riau, Kota Pekanbaru. Melaksanakan Penelitian pada November Tahun 2020 hingga Juni 2021 di PT. PLN ULP Panam, Provinsi Riau, Kota Pekanbaru.

Pada tanggal 10 Juni 2021 dinyatakan lulus dan berhak menyandang gelar Sarjana Ekonomi melalui sidang tertutup Program Studi Manajemen Fakultas Ekonomi dan Ilmu Sosial Universitas Islam Negeri Sultan Syarif Kasim Riau.