

## ABSTRAK

Penelitian ini membahas faktor-faktor yang mempengaruhi perpindahan kembali pelanggan ke layanan Telkomsel (*customer switchback*) berdasarkan tiga variabel, yaitu *price*, *subjective norm*, dan *service quality*. Ketiga variabel tersebut diuji hubungannya terhadap *customer switchback*. Setelah dilakukan pengujian hipotesis dengan metode *chi square* didapatkan bahwa ketiga variabel tersebut memiliki hubungan dengan *customer switchback*.

Sementara itu jika dilihat dari tingkat signifikansi hubungan antara variabel dengan *customer switchback*, didapatkan urutan signifikansi sebagai berikut; *service quality*, *subjective norm*, dan *price*. *Service quality* diketahui menjadi faktor yang paling signifikan mempengaruhi responden untuk kembali menggunakan layanan Telkomsel dibandingkan kedua variabel lainnya, hal tersebut ditunjukkan dari nilai signifikansi sebesar 0,03 atau paling mendekati nol dibandingkan yang lain

Dalam penyusunan rekomendasi program untuk meraih kembali pelanggan yang telah berpindah dari Telkomsel memprioritaskan variabel yang memiliki tingkat signifikansi terbesar terlebih dahulu yaitu dengan mengutamakan *service quality*, kemudian dilanjutkan dengan *subjective norm*, dan yang terakhir *price*, sehingga variabel-variabel tersebut dapat ditangani dengan cermat dan tepat. Program rekomendasi yang dirumuskan adalah dengan mengkombinasikan antara signifikansi hubungan, program eksisting perusahaan dan pesaing, dan harapan responden. Program usulan yang diajukan adalah peningkatan kualitas pelayanan, peningkatan manfaat *subjective norm*, dan penyesuaian tarif.

Kata kunci : *switchback*, *winback*, *switching*