

ABSTRAK

Berdasarkan hasil survey yang dilakukan oleh Asosiasi Penyelenggara Jasa Internet Indonesia (APJII) diperkirakan pelanggan internet di Indonesia pada Tahun 2014 mengalami pertumbuhan sebesar 30,49%. Kalau dibandingkan antara pertumbuhan pelanggan Speedy/Indihome Telkom dengan pertumbuhan pengguna internet di Indonesia terjadi paradoks. Seharusnya Telkom dapat memanfaatkan secara maksimal pertumbuhan pengguna internet ini dengan meningkatkan jumlah pelanggan Speedy Telkom. Kenyataannya, angka pertumbuhan pelanggan Speedy yang hanya 0,4% dan ini sangat jauh dibandingkan angka pertumbuhan pengguna internet secara umum di Indonesia.

Tujuan penelitian ini adalah mengetahui besar pengaruh *Customer Relationship Management* (CRM) terhadap loyalitas pelanggan Speedy/Indihome. Sesuai dengan tujuan penelitian, maka jenis penelitian yang digunakan adalah studi kasualitas, adapun sifat dari penelitian ini adalah verifikatif. Dari kuesioner yang disebar, diperoleh 182 kuesioner valid. Metode pengolahan data dilakukan dengan bantuan *path analysis*.

Dari hasil penelitian diperoleh kesimpulan bahwa variabel-variabel independen *Competence*, *Relationship*, *Caring*, *Trust* berpengaruh signifikan positif terhadap Loyalitas, sedangkan *Sharing Information* tidak berpengaruh signifikan. Adapun besaran pengaruh variabel-variabel tersebut terhadap Loyalitas adalah sebesar 81,2% dan yang terbesar adalah *Competence* sebesar 38,2%.

Variabel terbesar yang berpengaruh pada loyalitas pelanggan adalah *Competence*. Telkom harus lebih fokus dalam usaha meningkatkan kompetensi pegawainya, terutama yang berhubungan dengan pelanggan Speedy/Indihome dalam rangka menjaga loyalitas pelanggan. Dengan tingkat loyalitas pelanggan yang tinggi, perusahaan lebih mudah untuk meningkatkan value masing-masing pelanggan dalam rangka meningkatkan pendapatan perusahaan.

Keyword: loyalitas pelanggan, *competence*, CRM, Speedy/Indihome, *path analysis*.