

ABSTRAKSI

Tuntutan tingkat mobilitas yang semakin tinggi, membuat jumlah pelanggan telepon seluler di Indonesia semakin meningkat dari tahun ke tahun. Hal ini mendorong para *service provider* bersaing untuk merebutkan pasar. Melihat kondisi seperti ini, operator GSM mengambil kebijakan dengan menyusun program-program yang memberi kemudahan dan paket yang murah kepada pelanggan. Namun penawaran program tersebut memberikan kemungkinan terjadi perpindahan pelanggan. Berbagai pilihan kartu yang menawarkan keunggulan tersendiri, membuat volume penjualannya semakin besar, namun angka *switch* juga diprediksikan makin tinggi. Indosat sebagai operator terbesar kedua di Indonesia dengan kartu Prabayar Mentari sebagai salah satu produknya mencatat angka *churn rate* (nomor hangus) yang tertinggi yaitu mencapai rata-rata 6% pada Agustus 2004. Oleh karena itu dilakukan penelitian ini untuk mengidentifikasi dan menganalisa faktor-faktor yang mempengaruhi perilaku perpindahan pelanggan kartu Prabayar Mentari. Dari faktor tersebut akan dijadikan dasar untuk membuat usulan program *customer retention* yang bisa dilakukan pihak Indosat untuk mempertahankan pelanggan yang ada dan menekan tingkat *churn rate*.

Penelitian dilakukan dengan metode survey melalui penyebaran kuisioner kepada 280 responden di wilayah Bandung. Teknik sampling yang digunakan dalam penelitian ini adalah *Judgemental Sampling* yang merupakan bentuk *non probability sampling* yang dipilih berdasarkan pertimbangan subyektif dari peneliti bahwa yang akan diambil dari populasi adalah orang-orang dengan pertimbangan / ciri tertentu. Responden penelitian adalah pelanggan telepon seluler yang pernah menggunakan layanan kartu Prabayar Mentari, namun sekarang tidak lagi. Kuisioner berisi pertanyaan lengkap yang meliputi data karakteristik responden, data penggunaan layanan dan pertanyaan-pertanyaan khusus yang disusun berdasarkan variabel-variabel yang telah ditemukan sebelumnya untuk mengetahui faktor-faktor yang berhubungan dengan alasan responden berpindah operator.

Hasil penelitian menunjukkan bahwa variabel tarif, kegagalan layanan utama, dan kompetisi, berpengaruh secara signifikan terhadap perilaku perpindahan pelanggan dari layanan kartu Prabayar Mentari. Diantara variabel-variabel tersebut, variabel kompetisi merupakan faktor yang paling kuat pengaruhnya terhadap perilaku perpindahan pelanggan kartu Prabayar Mentari. Sedangkan variabel respon pegawai terhadap kegagalan penyampaian jasa tidak berpengaruh secara signifikan terhadap perilaku perpindahan pelanggan. Disamping itu perilaku berpindah layanan berpengaruh secara signifikan terhadap komunikasi *word of mouth* dan mencari operator lain.

Program *customer retention* yang diusulkan dibuat berdasarkan hasil analisa dengan memperhatikan variabel yang berpengaruh secara signifikan sebagai penyebab pelanggan Mentari berpindah layanan ke operator lain. Adapun usulannya berupa program Mentari *Reward*, perbaikan kualitas layanan jaringan, program Mentari *Road Show* serta perbaikan kualitas layanan terhadap pelanggan. Dengan usulan tersebut, diharapkan dapat mempertahankan pelanggan dan mencegah pelanggan yang ada saat ini agar tidak berpindah ke kompetitor serta agar mereka tetap loyal terhadap layanan kartu Mentari, sehingga dengan demikian tingkat *churn rate* bisa ditekan.