

ABSTRAKSI

Tingginya pertumbuhan pelanggan seluler saat ini mendorong munculnya berbagai operator seluler. Masing-masing operator pun bersaing di dalam menawarkan layanan mereka. Akan tetapi karena banyaknya operator-operator baru yang bermunculan, persaingan antar mereka pun semakin ketat. Kondisi seperti ini memungkinkan pelanggan untuk pindah dari satu operator ke operator lain. ESIA sebagai operator baru pun ternyata memiliki tingkat perpindahan pelanggan (*churn*) tiap bulannya yang terkadang melebihi dari target yaitu 4%. Penelitian ini diharapkan dapat merumuskan suatu program untuk mempertahankan pelanggan ESIA (*retention program*) yang nantinya akan berpengaruh pada peningkatan *profit*.

Dalam penelitian ini, pengumpulan data dilakukan melalui penyebaran kuesioner kepada pelanggan prabayar ESIA. Penyebaran kuesioner dilakukan dengan metode *convenience sampling*. Kuisisioner yang dibagikan kepada responden terdiri dari dua bagian. Bagian pertama mengenai *screening* dan profil umum responden. Sedangkan bagian kedua berisi pertanyaan untuk mengukur variabel yang telah diidentifikasi sebelumnya yaitu harga (*price*), kepuasan (*satisfaction*), daya tarik pesaing (*alternative attractiveness*), biaya berpindah (*switching cost*), pencarian variasi (*variety seeking*), perilaku masa lalu (*past behavior*) dan mengenai persepsi pelanggan terhadap *customer switching intention*.

Hasil penelitian menunjukkan bahwa alasan responden ingin berpindah karena adanya pengaruh *alternative attractiveness*, *variety seeking*, dan *switching cost* yang rendah. Sedangkan *price*, *satisfaction* dan *past behavior* tidak berpengaruh secara signifikan terhadap *switching intention*. Model perpindahan berdasarkan variabel-variabel yang berpengaruh adalah $Y = 0.321 \text{ alt} - 0.158 \text{ swc} + 0.285 \text{ var}$

Berdasarkan variabel-variabel yang berpengaruh terhadap *customer switching intention*, maka dibuatlah usulan program retensi. Program retensi yang akan diusulkan yaitu *service differentiation*. Konsep *service differentiation* ini yang akan diterapkan ke dalam program eksisting. Dengan adanya program retensi ini, diharapkan *churn* akan berkurang, pelanggan prabayar ESIA akan semakin *loyal* dan secara tidak langsung perusahaan pun dapat merasakan berbagai manfaat dan keuntungan.