

ABSTRAK

Industri jasa telekomunikasi di Indonesia berkembang pesat dari tahun ke tahun. Perkembangan ini dapat dilihat dari semakin meningkatnya jumlah operator selular dan jumlah pelanggan pemakai operator selular. Begitu banyaknya jumlah operator selular di Indonesia, sehingga setiap operator selular selalu mengadakan strategi-strategi untuk mendapatkan jumlah pelanggan sebanyak-banyaknya dan mempertahankan pelanggan dengan memberikan layanan yang sebaik-baiknya. Untuk itu terjadilah persaingan antara operator selular dan kebanyakan para operator selular berusaha untuk memenangkan persaingan ini dengan menawarkan tarif yang murah, dan memberikan bonus pulsa. Dari data yang didapatkan dari *Antara News* (2007), menurut Khairul Ummah, Peneliti Lembaga Riset Telematika Sharing Vision Bandung, fenomena penurunan tarif dan penawaran bonus-bonus dari para operator selular ini memancing perpindahan nomor pelanggan. Fenomena perpindahan yang menyulitkan para operator selular ini juga terjadi di Bandung, Jawa Barat.

Kotler dan Armstrong (1996) menyatakan bahwa pendekatan terbaik untuk mempertahankan pelanggan adalah dengan memberikan kepuasan tertinggi dan nilai kepada pelanggan yang akan menghasilkan pelanggan yang loyal. Berdasarkan teori tersebut dan berdasarkan masalah mengenai fenomena perpindahan pelanggan operator selular di atas, maka pada penelitian ini, penulis berpendapat bahwa fenomena perpindahan erat kaitannya dengan loyalitas pelanggan berdasarkan kepuasan pelanggan, sehingga penulis ingin mencoba untuk mengatasi masalah tersebut dengan melakukan analisis kepada variabel-variabel yang menentukan loyalitas pelanggan terhadap operator selular, dan kemudian mengembangkan sebuah program retensi untuk mempertahankan pelanggan operator selular. Penelitian dilakukan dengan menggunakan sampel tertentu yaitu mahasiswa di Bandung saja, yang menggunakan kartu prabayar GSM.

Dalam penelitian ini, ada empat variabel yang diuji pengaruhnya terhadap *customer loyalty*, yaitu *pricing*, *switching cost*, *alternative attractiveness* dan *perceived quality*. Setelah melakukan pengujian hipotesis dengan SEM, didapatkan kesimpulan bahwa hanya tiga variabel yang diketahui memberikan pengaruh yang signifikan kepada *customer loyalty*. Dan berdasarkan kesimpulan inilah program retensi untuk pelanggan operator selular dirancang. Program yang diusulkan merupakan program yang dapat memperbaiki persepsi pelanggan mengenai *pricing*, *switching cost* dan *perceived quality*.

Untuk penelitian selanjutnya dapat melakukan analisis variabel-variabel lain selain yang sudah ada dalam penelitian ini, atau memperluas lingkup sampel tidak mahasiswa di Bandung saja. Selain itu penelitian ini juga disarankan untuk diadakan percobaannya agar dapat diketahui bagaimanakah tingkat efektifitas dari program usulan.

Kata kunci : *Customer loyalty*, program retensi, prabayar GSM