

ABSTRAKSI

Telkom sebagai satu-satunya penyedia layanan PSTN memiliki tingkat perpindahan pelanggan (*churn*) yang sangat tinggi dan terus meningkat setiap tahunnya. Hal ini mengakibatkan turunnya pendapatan Telkom, terutama pada sektor PSTN. Kondisi ini sangat merugikan PT. Telkom dan jika hal ini terus dibiarkan, Telkom akan mengalami kemunduran. Oleh karena itu, penelitian ini diharapkan dapat merumuskan suatu program untuk mempertahankan pelanggan PSTN (*retention program*) yang nantinya akan berpengaruh pada peningkatan *profit*.

Dalam penelitian ini, pengumpulan data dilakukan melalui penyebaran kuesioner kepada pelanggan PSTN. 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*), ketidaknyamanan (*inconvenience*), kegagalan layanan utama (*core service failure*), kegagalan karyawan dalam menangani layanan utama (*responses to service failure*), dan mengenai persepsi pelanggan terhadap *customer switching intention*.

Hasil penelitian menunjukkan bahwa alasan responden ingin berpindah karena adanya pengaruh *price*, *inconvenience*, dan *responses to service failure*. Sedangkan *core service failure* tidak berpengaruh secara signifikan terhadap *switching intention*.

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

Kata kunci : *customer switching*, PSTN, dan *customer retention program*