

## ABSTRAKSI

Perkembangan bisnis internet di Indonesia saat ini berkembang dengan pesat dan terbuka lebar. Hal ini ditandai dengan semakin meningkatnya jumlah pelanggan dan pengguna jasa internet. Internet adalah media untuk mendapatkan segala macam informasi dengan mudah dan cepat, baik digunakan untuk keperluan pendidikan, bisnis, ataupun hanya sekedar untuk hiburan saja. Sudah banyak juga penyedia jasa internet yang berlomba-lomba untuk mendapatkan pelanggan dengan berbagai perbaikan kualitas jasanya, sehingga persaingan bisnis di dunia internet semakin ketat. Tapi tidak menutup kemungkinan juga banyak pelanggan yang *churn* dari jasa layanan yang telah digunakan, hal ini dapat terjadi karena tidak terpenuhinya kebutuhan pelanggan oleh si penyedia jasa internet, sehingga timbul ketidakpuasan pelanggan akan layanan tersebut. Karena alasan ini penulis melakukan penelitian di Telkom Madiun. Dari pihak perusahaan sudah meningkatkan kecepatan akses internet untuk memenuhi kebutuhan pelanggan, yaitu dengan melakukan migrasi alat produksi, tapi masih banyak juga pelanggan speedy personal yang melakukan *churn*. Sehingga, penulis ingin mengetahui faktor-faktor apa saja yang menyebabkan para pelanggan *churn*, lalu mengukur tingkat kepuasan pelanggan dengan *customer satisfaction index* dan *customer satisfaction gap index*, menentukan variabel-variabel mana saja yang harus diprioritaskan untuk diperbaiki dengan menggunakan *importance-performance matrix*, kemudian merumuskan *program customer retention*.

Teknik pengumpulan data dilakukan dengan menyebarkan dua kali kuesioner. Dimana kuesioner yang pertama disebarkan kepada pelanggan speedy yang sudah *churn* untuk mengetahui faktor-faktor penyebab *churn*. Lalu kuesioner yang kedua disebarkan kepada pelanggan speedy untuk mengetahui besar tingkat kepuasan mereka pada layanan speedy sekarang. Dari perhitungan dan analisis yang dilakukan, maka dapat dirumuskan *program customer retention*.

Hasil penelitian menunjukkan bahwa faktor terbesar yang menyebabkan pelanggan speedy *churn* adalah kualitas speedy yang menurun. Dan setelah di ukur tingkat kepuasan pelanggan speedy sekarang, ternyata tingkat kepuasan pelanggan masih pada performansi rata-rata yaitu sebesar 69.70. Nilai ini masih relatif kecil karena perusahaan sudah meningkatkan kinerja layanan speedy dengan adanya migrasi. Rata-rata pelanggan merasa tidak puas pada variabel-variabel yang terdapat pada dimensi *responsiveness*, karena banyak layanan dari perusahaan yang tidak sesuai dengan harapan pelanggan, sehingga variabel-variabel yang ada pada dimensi *responsiveness* harus menjadi prioritas utama untuk diperbaiki. Dengan demikian, perusahaan harus mampu meningkatkan kepuasan pelanggan dengan menerapkan *program customer retention*. Dan sebaiknya Telkom melakukan pengukuran tingkat kepuasan kepada pelanggan secara berkala, karena untuk mengetahui bagaimana perubahan tingkat kepuasan pelanggan dengan adanya peningkatan layanan dari perusahaan, agar perusahaan dapat mempertahankan pelanggannya.

Kata kunci : perpindahan, index kepuasan pelanggan, pertahanan pelanggan