

ABSTRAK

Penelitian ini bertujuan untuk menekan tingkat churn pada pelanggan Speedy di wilayah Bandung Timur dengan cara meningkatkan loyalitas pelanggan sehingga dapat mempertahankan jumlah pelanggan. Adapun variabel yang diusulkan berpengaruh dengan loyalitas pelanggan adalah perceived quality, corporate image, alternative attractiveness dan switching cost.

Pengumpulan data dilakukan melalui survei menggunakan alat ukur kuesioner terhadap 206 pelanggan Speedy di wilayah Bandung Timur yang telah berlangganan minimum enam bulan. Berdasarkan perhitungan nilai signifikansi dan korelasi, diketahui bahwa semua hipotesis yang telah dirumuskan sebelumnya terbukti. Artinya variabel perceived quality, corporate image, alternative attractiveness dan switching cost mempunyai pengaruh dengan customer loyalty. Corporate Image memiliki nilai korelasi terbesar dengan nilai korelasi 0,578 dan nilai signifikansi 0,000.

Perumusan rekomendasi program customer retention dilakukan melalui prioritas perbaikan berdasarkan letak variabel dalam diagram tingkat kepentingan dan tingkat performansi aktual. Adapun urutan variabel dari yang mempunyai prioritas perbaikan tertinggi ke terendah adalah perceived quality, corporate image, switching cost dan alternative attractiveness. Rekomendasi program dirumuskan berdasarkan saran dari pelanggan Speedy wilayah Bandung Timur serta benchmark dari competitor Speedy seperti Biznet, Centrin dan Melsa. Adapun rekomendasi program yang diunggulkan adalah periodic evaluation and planning of network equipment, periodic customer feedback evaluation serta electronic magazine.

Kata kunci : broadband, customer loyalty, program customer retention