

ABSTRAK

Praktek dan riset pemasaran telah mengalami serangkaian transformasi besar-besaran selama 25 tahun terakhir, fokus bergeser dari menciptakan merek produk ke membangun hubungan pelanggan melalui pemasaran layanan dan menciptakan *customer experience* yang menarik (Gordon 2006 dalam Maklan & Klaus 2011). Thompson (2015) menyatakan “*Customer Experience Is the New Competitive Battlefield*”, kompetisi yang lebih besar dan tumbuhnya kekuatan konsumen telah mengikis produk tradisional dan diferensiasi berbasis layanan, memaksa perusahaan untuk mencari bentuk baru yang lebih tahan lama dari keunggulan kompetitif.

Customer experience telah menjadi salah satu fokus Telkom, *excelling Customer Experience* menjadi salah satu *spirit* dalam mencapai target Telkom Group 2016: “*Assuring Disruptive Triple Double Digit Growth*” serta ditekankan kembali oleh CEO Telkom di awal tahun 2017 dalam tema Telkom Group 2017: “*Disruptive for Triple Double Digit Growth by 2017 through Customer Experience, Digital Business and Smart Inorganic*”. Tetapi bagaimana *experience* yang dirasakan pelanggan Telkom? Apakah mereka sudah mendapatkan *customer experience* yang *excellent* dari Telkom?

Penelitian ini dilakukan untuk mengukur *customer experience* pelanggan IndiHome dalam penanganan gangguan menggunakan model *Customer Experience Quality* (EXQ) dari Maklan & Klaus (2013). Hasil pengukuran tersebut kemudian dianalisis untuk melihat variabel mana dari *customer experience* pelanggan IndiHome yang harus dilakukan perbaikan untuk mencapai *customer experience* yang *excellent*. Responden penelitian adalah pelanggan IndiHome di Jakarta, Bandung dan Surabaya yang pernah melaporkan gangguan IndiHomenya dengan melakukan survei secara *online*.

Hasil penelitian menunjukkan bahwa *customer experience* pelanggan IndiHome dalam penanganan gangguan masih harus ditingkatkan. Hasil penelitian juga menunjukkan *customer experience* mempengaruhi *outcomes marketing* yang penting yaitu *customer satisfaction*, *loyalty intentions* dan *word of mouth behavior*. Konsekuensinya, Telkom harus segera menyusun langkah-langkah yang tepat untuk melakukan *continual improvement* dalam penanganan gangguan IndiHome agar bisa meningkatkan *customer experience* pelanggannya.

Kata kunci – *Customer Behavior, Customer Experience, Customer Relationship Management, Marketing*