

ABSTRAK

Pesatnya ekspansi aset menara di antara tiga Penyedia Menara utama di Indonesia menunjukkan semakin ketatnya persaingan bisnis telekomunikasi di tanah air, khususnya antar Perusahaan Penyedia Menara. Untuk menjadi perusahaan Penyedia Menara terbaik di Indonesia dan mungkin di seluruh Asia Tenggara, setiap Penyedia Menara menerapkan strategi organik dan anorganik untuk mempercepat pertumbuhan aset mereka. PT Dayamitra Telekomunikasi Tbk., juga dikenal sebagai Mitratel, adalah anak perusahaan yang sepenuhnya dimiliki oleh PT Telkom Indonesia (Persero) Tbk. Divisi menara telekomunikasi Mitratel didirikan pada tahun 2008. Mitratel saat ini membawahi lebih dari 34.800 menara komunikasi di seluruh Indonesia. Tujuan Mitratel adalah menjadi penyedia menara terbesar di Asia Tenggara, sehingga perusahaan terus berupaya meningkatkan loyalitas pelanggan. Hal ini memungkinkan Mitratel menerima pesanan pembangunan menara baru dari seluruh penyedia seluler di Indonesia.

Dengan menggunakan data dari Studi Kepuasan Pelanggan yang dilakukan dengan klien Mitratel, penyelidikan ini akan menganalisis bagaimana CRM dan reputasi perusahaan mempengaruhi loyalitas pelanggan. Seluruh peserta yang berjumlah 155 orang adalah pelanggan saat ini atau mantan pelanggan perusahaan menara Mitratel. Dalam penelitian ini, metode kuantitatif digunakan. Data yang digunakan adalah data primer yang diperoleh dari respon survei dan dianalisis secara statistik menggunakan teknik pengolahan data yang diterapkan dalam prosedur analisis SEM PLS.

Temuan penelitian ini menunjukkan bahwa Customer Relationship Management (CRM) dan reputasi perusahaan berdampak pada kepuasan pelanggan dan loyalitas pelanggan; Namun dampak CRM terhadap loyalitas tidak dapat dipengaruhi secara langsung, oleh karena itu diperlukan kepuasan pelanggan yang tinggi agar CRM dapat membentuk loyalitas pelanggan yang kuat. CRM perusahaan, jika dapat memberikan kebahagiaan pelanggan, dapat membangun loyalitas klien, oleh karena itu upaya untuk mengembangkannya adalah hal yang paling penting. Investigasi ini tidak hanya menunjukkan bahwa kepuasan pelanggan mempengaruhi loyalitas pelanggan, namun juga dapat memitigasi pengaruh manajemen hubungan pelanggan (CRM) dan reputasi perusahaan terhadap loyalitas pelanggan.

Kata kunci: CRM, reputasi perusahaan, kepuasan pelanggan, kesetiaan pelanggan, menara telekomunikasi.