

ABSTRAK

Dengan perkembangan jaman sudah sangat maju terjadi perubahan perilaku pelanggan, dan ini merupakan suatu tantangan bagi perusahaan dalam membuat program *retention* yang menarik bagi pelanggan. Retensi pelanggan diartikan sebagai retensi *auditee*. Sehingga makna *auditee retention* adalah menjaga agar *auditee* untuk tetap bertahan menggunakan jasa kantor akuntan publik atau auditor yang sama dalam jangka waktu yang lama tanpa melanggar peraturan menteri keuangan Republik Indonesia NOMOR 17/PMK.01/2008.

Penelitian ini bertujuan untuk menguji opini audit, *fee* audit, dan *tenure* audit terhadap *auditee retention* secara simultan maupun parsial. Populasi penelitian ini adalah perusahaan yang terdaftar pada sector manufaktur di Bursa Efek Indonesia periode 2009-2013. Jenis penelitian yang digunakan adalah penelitian deskriptif bersifat kausalitas. Data yang digunakan adalah data sekunder dan pemilihan sampel dengan menggunakan metode *purposive sampling* sehingga diperoleh 10 sampel. Analisis yang digunakan dalam penelitian ini adalah analisis statistic deskriptif dan analisis regresi logistik biner.

Hasil penelitian secara simultan menunjukkan bahwa opini audit, *fee* audit, dan *tenure* audit berpengaruh signifikan terhadap *auditee retention*. Secara parsial menunjukkan bahwa variable opini audit, *fee* audit dan *tenure* audit tidak berpengaruh signifikan terhadap *auditee retention* pada perusahaan sector manufaktur di Bursa Efek Indonesia periode 2009-2013

Keywords: Retensi Pelanggan, Opini Audit, *Fee* Audit, dan *Tenure* Audit