ABSTRAKSI

Dewasa ini, teknologi internet dan aplikasinya sudah menjadi bagian tak terpisahkan dengan kehidupan masyarakat. Perkembangan dunia internet di Indonesia sungguh menunjukkan hasil yang sangat positif. Sekitar 5 juta pengguna internet bertambah setiap tahunnya. Persaingan terjadi diantaranya antar provider internet yang telah menyediakan jasanya untuk kepentingan koneksi di gedung perkantoran tingkat tinggi atau *high rise building*. Segmentasi pasar korporat menuntut konsentrasi lebih besar bagi para provider untuk menyediakan jasa yang berkualitas prima. Berdasarkan hasil survey internal perusahaan, saat ini Lintasarta menduduki peringkat kelima terpopuler untuk penyedia layanan internet di HRB.

Penelitian ini bertujuan untuk menghasilkan strategi dan usulan program, sehingga dapat menaikkan posisi Lintasarta dalam pertarungan bisnis ISP khusunya pada segmen korporat. Penelitian ini meninjau dari segi kepuasan, halangan berpindah dan daya tarik pesaing serta hubungannya dengan loyalitas. Metode yang dilakukan adalah survey dengan jumlah responden 252. Penyebaran kuesioner dilakukan dengan metode *convenience sampling*. Pertanyaan dalam kuesioner terdiri dari tiga bagian. Bagian pertama berisi informasi umum responden, sedangkan bagian kedua berisi penilaian persepsi dan ekspektasi responden terhadapvariabel kepuasan, dan bagian ketiga berisi persepsi responden terhadap variabel-variabel penelitian yang meliputi halangan berpindah prosedural, halangan berpindah finansial, halangan berpindah relasional, kepuasan pelanggan, daya tarik pesaing dan loyalitas pelanggan. Responden menyatakan persepsi mereka terhadap pertanyaan yang diajukan dalam kuesioner dengan menggunakan 6 point skala Likert

Nilai indeks untuk tingkat kepuasan pelanggan terhadap variabel-varibel pada masing-masing ISP adalah berkisar antara 4,01 sampai 4,47. Nilai kepuasan terbesar dimiliki oleh pelanggan Biznet, sebesar 4,47. Sedangkan yang terrendah ada pada pelanggan Telkom, 4,01. Nilai indeks untuk tingkat kepentingan pelanggan terhadap variabel-varibel pada masing-masing ISP adalah berkisar antara 5,32 sampai 5,49. Ekspektasi kepentingan terbesar dimiliki oleh pelanggan Biznet, sebesar 5,49. Sedangkan yang terrendah ada pada pelanggan CBN, 5,32. Dari hasil penelitian dan hasil analisis diketahui bahwa ternyata faktor halangan berpindah finansial dan faktor daya tarik pelanggan yang mempengaruhi loyalitas pelanggan ISP, khususnya untuk segmen korporat yang berlokasi di HRB di Jakarta.