

ABSTRAKSI

PT. Indosat, Tbk wilayah Bandung sebagai salah satu penyedia jasa layanan telekomunikasi di Bandung memiliki tingkat perpindahan pelanggan (*churn*) yang tinggi sepanjang tahun 2008. Hal ini menimbulkan kerugian bagi pihak PT. Indosat, Tbk wilayah Bandung. Kondisi ini akan sangat merugikan dan jika hal ini terus dibiarkan, PT. Indosat, Tbk wilayah Bandung akan mengalami kemunduran. Oleh karena itu, penelitian ini diharapkan dapat merumuskan suatu program retensi untuk dapat mempertahankan pelanggan Indosat wilayah Bandung yang nantinya akan berpengaruh pada peningkatan *profit*.

Dalam penelitian ini, pengumpulan data dilakukan melalui penyebaran kuesioner kepada pelanggan prabayar Indosat. Penyebaran dilakukan dengan metode *convenience sampling* berdasarkan letak geografis kota Bandung. Kuesioner yang dibagikan kepada responden terdiri dari dua bagian. Bagian pertama mengenai *screening* dan profil umum responden. Sedangkan bagian kedua berisi pertanyaan-pertanyaan untuk mengukur variabel yang telah diidentifikasi sebelumnya, yaitu *customer satisfaction* (kepuasan pelanggan), *corporate image* (citra perusahaan), *switching cost* (resiko berpindah), dan *alternative attractiveness* (daya tarik pesaing).

Hasil penelitian menunjukkan bahwa tingkat loyalitas pelanggan dipengaruhi oleh *corporate image*, *switching cost*, dan *alternative attractiveness*. Sedangkan *customer satisfaction* tidak berpengaruh terhadap *customer loyalty*.

Berdasarkan variabel-variabel yang berpengaruh terhadap loyalitas pelanggan, maka dibuatkan usulan program retensi. Konsep program retensi didasarkan atas *framework* yang dibuat oleh Berry dan Parasuraman. Dengan adanya program retensi ini, diharapkan *churn* akan menurun, pelanggan Indosat akan semakin loyal dan secara tidak langsung Indosat pun dapat merasakan berbagai manfaat dan keuntungan.