

ABSTRAK

Ketatnya persaingan di dunia *e-commerce* khususnya dalam penyediaan souvenir dan kerajinan tangan menuntut kualitas layanan yang baik untuk dapat berhasil memenangkan persaingan. Dunia internet yang merupakan media yang semakin marak digunakan sebagai saluran marketing memungkinkan penyerapan jumlah pelanggan yang tidak terbatas. Dengan demikian semakin besar pula potensi berkembangnya bisnis *e-commerce* ini dan mengundang banyak pemain baru untuk masuk ke dalamnya. Hal ini membuat banyaknya alternatif baru bagi pelanggan yang dapat memilih dengan demikian mudah melalui dunia internet yang sangat mudah untuk beralih (*churn*) karena demikian mudahnya orang menemukan pilihan-pilihan baru di internet. Hal ini juga dihadapi oleh Souvenia.com sebagai supplier souvenir dan kerajinan tangan. Di perusahaan ini, terdapat tingkat *churn* rata-rata 14,6 persen tiap bulannya di tahun 2009. Oleh karena itu penelitian ini dilakukan untuk dapat menyusun usulan program retensi pelanggan untuk mempertahankan basis pelanggan yang ada sehingga dapat menekan *churn rate*. Penyusunannya dilakukan dengan terlebih dahulu mengukur kualitas layanan di mata pelanggan berdasarkan empat dimensi E-S-QUAL yaitu *efficiency*, *system availability*, *fulfillment*, dan *privacy*, dikaitkan dengan variabel *e-satisfaction*, *e-trust* dan *e-loyalty* yang termasuk dalam model konsekuensi dari *e-service quality*.

Dalam penelitian ini, pengumpulan data dilakukan dengan metode survey melalui penyebaran kuesioner melalui email dan telepon kepada pelanggan Souvenia.com khususnya yang berbelanja di tahun 2009. Penyebaran kuesioner dilakukan dengan metode *random sampling*. Pertanyaan dalam kuesioner terdiri dari tiga bagian. Bagian pertama berisi *screening*, bagian kedua berisi informasi umum responden, sedangkan bagian ketiga berisi penilaian persepsi responden terhadap variabel-variabel penelitian yang meliputi *Efficiency*, *system availability*, *fulfillment*, *privacy*, *e-satisfaction*, *e-trust* dan *e-loyalty*.

Hasil penelitian menunjukkan bahwa seluruh variabel E-S-QUAL memiliki pengaruh positif terhadap *e-satisfaction* dan *e-trust* dan secara tidak langsung mempengaruhi *e-loyalty* secara positif. *Fulfillment* memiliki pengaruh terbesar terhadap *e-satisfaction* dan *e-trust*. Namun *privacy* memiliki pengaruh terlemah dan tidak menjadi keluhan sama sekali dari pelanggan sehingga tidak menjadi dasar pertimbangan penyusunan program retensi.

Konsep usulan program retensi pelanggan yang dibuat berdasar variabel penelitian yang berpengaruh adalah dengan menciptakan *efficiency*, *system availability*, dan *fulfillment* yang tinggi melalui peningkatan pengawasan terhadap kualitas dan *delivery*, peningkatan *technology support* dan pengembangan *value added service*. Bentuk program retensi pelanggan yang diusulkan antara lain dengan membuat tiga program utama yaitu *SURE & PLUS SERVICE*, *SURE WEB TECH*, dan *ALWAYS ONLINE*. Dengan program-program ini, maka pelanggan akan mendapatkan jaminan kualitas produk dan layanan serta perusahaan pun akan diuntungkan dengan meningkatnya loyalitas pelanggan.

Kata Kunci : Program Retensi Pelanggan, E-S-QUAL, *Churn*, *e-satisfaction*, *e-trust*, *e-loyalty*