

## ABSTRAKSI

Bisnis televisi berbayar (*pay TV*) yang hadir di Indonesia semenjak 10 tahun yang lalu mengalami perkembangan yang cukup baik. Jumlah operator TV berbayar di Indonesia mengalami perkembangan yang pesat. Di Indonesia, IPTV adalah salah satu jenis bisnis televisi berbayar yang memanfaatkan 3 teknologi. Sejak GrooviaTV / Telkom IPTV dikomersialisasikan, terjadi penurunan performansi *sales* sebesar 37% pada akhir Triwulan 1 dan terus menurun pada bulan berikutnya, dan juga terjadi fluktuasi tingkat *churn* pelanggan dari bulan November sampai Bulan Juni tahun 2012. Hal ini menunjukkan bahwa perlu dirancang sebuah program retensi pelanggan untuk mengantisipasi terjadinya fluktuasi tingkat *churn* yang berkelanjutan pada bulan-bulan setelahnya.

Penelitian ini bertujuan untuk mengkaji pengaruh variabel *satisfaction*, *service quality*, *price perception*, *alternative attractiveness*, dan *switching barriers* terhadap *customer switching intention* serta merumuskan program retensi pelanggan dengan menggunakan analisis regresi linier berganda.

Tahap pertama, dilakukan perancangan kuesioner, setelah itu dilakukan uji validitas *content* dan uji realibilitas dengan korelasi *pearson*, lalu dilakukan penyebaran kuesioner kepada pelanggan grooviaTV sebanyak 135 yang sudah berlangganan > 3 bulan. Berdasarkan hasil pengolahan data, didapatkan variabel yang paling berpengaruh terhadap niat pelanggan untuk berpindah yaitu *service quality*, *price perception*, *switching barrier* dan *alternative attractiveness*.

Rekomendasi usulan program retensi pelanggan ini didasarkan pada hasil pengolahan data, analisis, *depth interview* kepada 10 orang pelanggan GrooviaTV dan pihak direktorat consumer Telkom Divre III dan hasil *benchmarking* terhadap perusahaan-perusahaan terkemuka dan perusahaan dalam industri yang sejenis.

Adapun usulan program retensi yang diusulkan adalah Profiling CS (*Customer Service*), Sistem *Integrated Call Distribution* (ICD) dan dilengkapi dengan *Customer Care Base System* (CCBS), *Upgrade knowledge* karyawan *call centre*, layanan *email center*, program pelatihan kompetensi karyawan, *Talent Reward Strategy*, pembuatan *web page online* khusus yang interaktif, modernisasi jaringan dari saluran tembaga menjadi jaringan *fiber optic* dan memanfaatkan peralatan lama (saluran tembaga), melakukan *evaluation* jaringan ke rumah-rumah pelanggan secara berkala, promo *on-sale service*, pembuatan buletin secara periodik per triwulan, *Special Treatment* kepada: pelanggan korporat dan kepada pelanggan tertentu berdasarkan tingkat loyalitas pelanggan, *Pay by Voucher*, Menjadi sponsor dari suatu *event* serta penambahan konten/channel berupa *content center*, *channel operation*, *local content production*, *digital movies broadcast system* dan *home shopping channel* dengan menjalin mitra strategis (dengan operator IPTV lain dari negara lain).

Kata kunci: retensi, perpindahan, *churn*, regresi linier berganda, *switching intention*, TV.