

ABSTRAK

Perkembangan pesat industri berbasis teknologi, khususnya dalam model bisnis Software as a Service (SaaS), telah mengubah paradigma akses dan pengelolaan perangkat lunak. SaaS membuka peluang baru bagi perusahaan dan individu untuk mengoptimalkan aktivitas sehari-hari mereka. Namun, tantangan utama yang dihadapi oleh perusahaan SaaS adalah mempertahankan pelanggan agar tetap berlangganan. Data mengenai tren penggunaan dan *churn rate* Perusahaan ABC menunjukkan peningkatan yang signifikan selama beberapa bulan terakhir, menciptakan kebutuhan untuk lebih memahami faktor-faktor yang berkontribusi pada retensi pelanggan.

Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis faktor-faktor yang mempengaruhi retensi pelanggan pada platform SaaS Perusahaan ABC, sebuah perusahaan yang memimpin inovasi dalam solusi operasional omnichannel di Indonesia. Penelitian ini menggunakan pendekatan kualitatif deskriptif untuk mengeksplorasi faktor-faktor yang perlu dikedepankan dalam mempertahankan pelanggan Perusahaan ABC serta menemukan model faktor yang mempengaruhi customer retention. Metode penelitian yang digunakan adalah kualitatif dengan teknik *judgement sampling*. Populasi penelitian melibatkan lima perusahaan yang aktif menggunakan Perusahaan ABC dan pernah melakukan renewal, tiga karyawan Perusahaan ABC di bagian retensi, tiga ahli akademisi terkait.

Hasil dari penelitian ini menemukan bahwa terdapat lima faktor yang menjadi faktor pertimbangan ketika melakukan renewal, yaitu SaaSQuality, Customer Experience, Customer Satisfaction, Trust, dan Commitment. Selanjutnya faktor tersebut dianalisa menggunakan SOR teori dimana SaaSQuality, Customer Experience tergolong sebagai Stimulus, faktor Customer Satisfaction, Trust, dan Commitment berperan sebagai Organisme dan hasil akhirnya akan berupa customer retention.

Berdasarkan temuan tersebut diharapkan dapat memberikan pemahaman yang lebih baik mengenai preferensi dan kebutuhan pengguna Perusahaan ABC, sehingga perusahaan dapat mengambil langkah-langkah strategis untuk meningkatkan retensi pelanggan dan kinerja bisnis secara keseluruhan. Implikasi praktis dari penelitian ini diharapkan dapat membantu Perusahaan ABC dan perusahaan SaaS lainnya untuk meningkatkan nilai tambah yang ditawarkan kepada pelanggan, terutama melalui penguatan layanan pelanggan, dukungan teknis, dan peningkatan fitur yang sesuai dengan kebutuhan pelanggan.