

## ABTRAK

Kebijakan pemerintah yang mengharuskan operator – operator CDMA untuk pindah jaringan ke *global System for mobile communication* (GSM) sebelum desember 2016. Berpindahnya Smartfren dari CDMA ke GSM membuat smartfren harus bersaing dengan operator seluler lain. Hal ini membuat Smartfren harus melakukan strategi yang tepat untuk mempertahankan pelanggan lama agar tidak pindah ke operator seluler lain ketika jaringan CDMA tidak bisa di gunakan lagi, dan bersaing untuk mendapatkan pelanggan baru di jaringan GSM / 4GLTE. Dalam persaingan industri telekomunikasi, kepuasan pelanggan dan kepercayaan dalam menggunakan suatu produk sangatlah penting untuk tetap menjaga pelanggan. Penyedia operator seluler selalu berusaha menunjukkan kelebihannya dan memberikan penawaran promosi yang menarik untuk mengambil pelanggan penyedia layanan lainnya. Untuk itu dalam kondisi seperti ini, perusahaan harus mencari dan membangun inisiatif tentang kepuasan secara sfesifik yang bertujuan untuk meningkatkan hambatan beralih. Selain itu biaya yang dikeluarkan untuk memperoleh pelanggan baru lebih besar dari pada biaya yang dikeluarkan untuk pelanggan lama, maka dari untuk tetap menjaga pelanggan lama perlu adanya retensi pelanggan yang baik

Penelitian ini merupakan penelitian kuantitatif yang melibatkan 120 responden sebagai sampel. Cara pengumpulan data dilakukan dengan penyebaran kuesioner yang menggunakan lima poin skala *likert*. Teknik analisis statistik yang dilakukan adalah analisis deskriptif dan analisis regresi linier berganda untuk pengujian hipotesis, dan untuk pengolahan data menggunakan SPSS *for windows* v.23.

Berdasarkan hasil analisis data, dapat diketahui bahwa berdasarkan uji parsial semua variabel dependen berpengaruh signifikan terhadap variabel independen, secara simultan kepercayaan pelanggan, hambatan beralih, dan kepuasan pelanggan memiliki pengaruh signifikan terhadap retensi pelanggan. Didapatkan nilai *Adjusted R Square* 60,8% sedangkan sisanya sebesar 39,2% dijelaskan oleh variabel lain yang tidak digunakan dalam penelitian ini.

Dari hasil yang diperoleh, Smartfren perlu melakukan terobosan baru yang lebih mengikat pelanggan sehingga pelanggan tidak mudah berpaling ke operator lain. Baik dalam hal produk yang lebih inovatif dari pesaing ataupun tarif dan promo yang lebih menarik untuk mendapatkan tingkat retensi yang diinginkan.

Kata Kunci : Kepercayaan pelanggan, hambatan beralih, kepuasan pelanggan, retensi pelanggan, operator seluler smartfren