

ANALISIS DIMENSI *CUSTOMER RETENTION* DIVISI *GOVERNMENT SERVICE* PADA PT TELKOM WITEL YOGYAKARTA

Alan Sebastian

Abstrak

Penggunaan internet di Indonesia meningkat setiap tahunnya, terdapat perusahaan telekomunikasi yang menawarkan layanan internet. Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis dimensi *customer retention* divisi *government service* pada PT Telkom Witel Yogyakarta. *Customer retention* adalah jumlah pelanggan yang masih setia dalam menggunakan produk/layanan pada suatu perusahaan. Penelitian ini menggunakan pendekatan kuantitatif dengan menyebarkan kuesioner kepada pelanggan PT Telkom Witel Yogyakarta sebanyak 38 responden. Metode perolehan data yang digunakan dalam pengambilan sampel adalah metode *non probability sampling* dengan teknik pengambilan sampel menggunakan metode sensus. Berdasarkan tabel *r pearson product moment* dengan tingkat signifikansi 0,05 diperoleh nilai *r* tabel sebesar 0,271, artinya variabel *customer retention* dinyatakan valid. Uji reliabilitas dinyatakan reliabel apabila nilai *Cronbach's Alpha* > 0,6. Berdasarkan nilai *Cronbach's Alpha* pada variabel penelitian ini yaitu sebesar 0,795, artinya *Cronbach's Alpha* telah lebih dari 0,6, sehingga indikator yang digunakan untuk mengukur variabel *customer retention* dinyatakan reliabel. Berdasarkan dari pengolahan data menggunakan uji *arithmetic mean* dengan pengukuran skala *likert*, diketahui hasil uji *arithmetic mean* pada dimensi kesetiaan pelanggan pada perusahaan termasuk dalam kategori sangat setuju dengan nilai skor 4,47. Hal tersebut mengindikasikan bahwa pelanggan *government service* cenderung loyal pada perusahaan, Namun, pada dimensi *word of mouth*, dengan nilai skor 3,1 yang termasuk dalam kategori netral hal tersebut mengindikasikan bahwa pelanggan *government service* seimbang dalam memberikan informasi produk atau jasa dari satu konsumen ke konsumen lainnya.

Kata Kunci: *Customer Retention*

 13/10 '23

**AN ANALYSIS OF CUSTOMER RETENTION DIMENSIONS
IN THE GOVERNMENT SERVICE DIVISION AT PT TELKOM WITEL
YOGYAKARTA**

Alan Sebastian

Abstract

*The usage of the internet in Indonesia has been continuously increasing over the years, with various telecommunication companies offering internet services. This research aims to analyze the dimensions of customer retention within the government service division at PT Telkom Witel Yogyakarta. Customer retention refers to the number of customers who remain loyal to a company's products or services. The study employs a quantitative approach, distributing questionnaires to 38 respondents who are customers of PT Telkom Witel Yogyakarta. The data acquisition method utilizes a non-probability sampling technique with a census sampling method. Based on the Pearson product-moment correlation table with a significance level of 0.05, the obtained *r*-table value is 0.271, indicating that the customer retention variable is valid. The reliability test is deemed reliable if the Cronbach's Alpha value > 0.6 . The Cronbach's Alpha value for the research variables is 0.795, surpassing the threshold of 0.6, confirming the reliability of the indicators used to measure customer retention. Data analysis using arithmetic mean with Likert scale measurement reveals that the loyalty dimension of customers towards the company is highly agreeable, with a score of 4.47. This indicates that government service customers tend to be loyal to the company. However, in the word of mouth dimension, with a score of 3.1 falling under the neutral category, it suggests that government service customers are balanced in sharing product or service information from one consumer to another.*

Keyword: *Customer Retention*