

Perancangan Kriteria Kepuasan Pelanggan pada Operator Telekomunikasi: Layanan Fixed Broadband = Design of Customer Satisfaction Criteria for Telecommunications Operators: Fixed Broadband Services

Ellin Devihana Pratiwi, author

Deskripsi Lengkap: <https://lib.ui.ac.id/detail?id=9999920525826&lokasi=lokal>

Abstrak

Ketidakpuasaan Pelanggan menjadi opportunity lost bagi operator telekomunikasi pada layanan fixed broadband dalam melakukan ekspansi pasar. Permasalahan dalam ketidakpuasan pelanggan menunjukkan perancangan kriteria yang digunakan dalam program loyalti yang diberikan kepada pelanggan masih kurang tepat. Penelitian ini bertujuan untuk merancang kriteria kepuasan pelanggan pada operator telekomunikasi dalam layanan fixed broadband. Penelitian ini menggunakan metode DEMATEL-based ANP (DANP) dan Simple Additive Weighting (SAW) untuk mendapatkan program loyalti yang paling sesuai dengan kriteria kepuasan pelanggan. Penelitian ini menghasilkan 5 dimensi dan 22 kriteria kepuasan pelanggan pada operator telekomunikasi dalam layanan fixed broadband, dimana dimensi yang paling mempengaruhi adalah resource dan dimensi yang paling dipengaruhi adalah relationship. Program loyalty terbaik pada operator telekomunikasi untuk layanan fixed broadband di PT X adalah High Value Customer (HVC), sedangkan program loyalti terburuk adalah Aplikasi Pelanggan.

.....

Customer dissatisfaction is an opportunity lost for telecommunications operators in fixed broadband services in expanding its market, it is indicating that the criteria used in designing the loyalty program that being provided to customer are still less precise. This research aims to provide recommendations for telecommunications operator loyalty programs for fixed broadband services based on customer satisfaction's criteria. This research uses DEMATEL-Based ANP (DANP) and Simple Additive Weighting (SAW) method to get assessment of loyalty program that best fits the customer satisfaction's criteria. This research resulted in 5 dimensions and 22 criteria of customer satisfaction for telecommunications operators in fixed broadband services, where the dimension that most influences is resource and the dimension that is most influenced is relationship. The best loyalty program for telecommunications operators in fixed broadband services at PT X is High Value Customer (HVC), while the worst loyalty program is Customer Application.