

Perancangan Strategi Customer Lifetime Value pada Perusahaan Telekomunikasi di Indonesia = Designing the Strategy of Customer Lifetime Value on Telecommunication Company in Indonesia

Astrid Lelitya Rahma , author

Deskripsi Lengkap: <https://lib.ui.ac.id/detail?id=20422183&lokasi=lokal>

Abstrak

ABSTRAK

Perusahaan telekomunikasi harus menyediakan sebuah rencana untuk memaksimalkan keuntungan investasi (memilih pelanggan terbaik) karena adanya keterbatasan anggaran. Sebuah konsep Customer Lifetime Value (CLV), yang berfokus pada perilaku pelanggan, memungkinkan penyusunan rencana tersebut. Penelitian ini membahas faktor-faktor apa saja yang dapat memengaruhi CLV. Penelitian ini menggunakan metode structural equation modeling yang bertujuan untuk mengetahui pengaruh antar faktor. Data diperoleh dengan menggunakan kuesioner dengan jumlah responden sebanyak 517. Responden penelitian ini adalah mahasiswa yang berdomisili di Jabodetabek. Hasil dari penelitian ini menunjukkan bahwa Customer Trust, Customer Loyalty, Willingness to Recommend, dan Willingness to Refer berpengaruh signifikan terhadap CLV. Dari 8 alternatif strategi yang dihasilkan penelitian ini, mengembangkan dan meningkatkan kualitas pelayanan pelanggan merupakan prioritas pertama untuk meningkatkan CLV pada perusahaan telekomunikasi di Indonesia.

<hr><i>ABSTRACT</i>

Telecommunication companies must provide strategies to maximize investment gains (pick the best customers) due to budgetary constraints. A concept of Customer Lifetime Value (CLV), which focuses on customer behavior, enables the preparation of the strategies. This research discusses the factors that can affect the CLV. This research use structural equation modeling to investigate the influence between factors. Data in this research was obtained using questionnaire with 517 respondents. The respondents are university students who live in Jabodetabek. Results from this research indicate that Customer Trust, Customer Loyalty, Willingness to Recommend, and Willingness to Refer significantly affect the CLV. From 8 alternative strategies that produced from this research, develop and improve the quality of customer service is the first priority to improve CLV on telecommunication companies in Indonesia.</i>