

## **ANALISIS PROSES KERJA BILLING, COLLECTION, DAN RETENTION DALAM MENJAGA RETENSI PELANGGAN INDIHOME DI PT TELKOMSEL BRANCH LAMPUNG**

**Alfie Renaldy<sup>1</sup>, Elliv Hidayatul Lailiyah<sup>2</sup>**

Ilmu Administrasi Bisnis, Universitas Terbuka, Bandar Lampung, Indonesia<sup>1</sup>

Kewirausahaan, Universitas Muhammadiyah Lamongan, Jawa Timur, Indonesia<sup>2</sup>

Corresponding Author: [049344667@ecampus.ut.ac.id](mailto:049344667@ecampus.ut.ac.id)<sup>1\*</sup>, [ellivhl@umla.ac.id](mailto:ellivhl@umla.ac.id)<sup>2</sup>

---

### **Info Artikel**

**Submitted:** 31 Maret 2026

**Revised:** 30 April 2026

**Accepted:** 05 Mei 2026

**Published:** 15 Mei 2026

**Keywords:** Customer Retention;  
Billing; Collection; IndiHome.

**Kata Kunci:** Retensi Pelanggan;  
Billing; Collection; IndiHome.

---

### **Abstract**

*Competition in the fixed broadband industry in Lampung has increased the risk of customer arrears and customer switching due to limited understanding of the postpaid billing system. This study aims to analyze the Billing, Collection, and Retention work process in maintaining IndiHome customer retention at PT Telkomsel Branch Lampung. This research used a descriptive qualitative approach through interviews, observations, and documentation involving field officers, administrators, and supervisors. The results showed that customer handling processes were carried out systematically based on payment arrears levels. The main obstacles included limited customer understanding of the postpaid system, inaccurate customer addresses, vacant houses, and competitor promotional offers. This study concludes that personal communication, customer education, and coordination among teams play an important role in maintaining IndiHome customer retention.*

---

### **Abstrak**

*Persaingan industri fixed broadband di Lampung meningkatkan risiko tunggakan dan perpindahan pelanggan akibat rendahnya pemahaman terhadap sistem tagihan pascabayar. Penelitian ini bertujuan menganalisis proses kerja Billing, Collection, and Retention dalam menjaga retensi pelanggan IndiHome pada PT Telkomsel Branch Lampung. Penelitian menggunakan pendekatan kualitatif deskriptif melalui wawancara, observasi, dan dokumentasi terhadap petugas lapangan, admin, dan supervisor. Hasil penelitian menunjukkan bahwa proses penanganan pelanggan dilakukan secara sistematis berdasarkan tingkat tunggakan pembayaran. Kendala utama yang ditemukan meliputi rendahnya pemahaman pelanggan terhadap sistem pascabayar, alamat pelanggan yang tidak akurat, rumah kosong, dan persaingan promo kompetitor. Penelitian ini menyimpulkan bahwa komunikasi personal, edukasi pelanggan, dan koordinasi antar tim memiliki peran penting dalam mempertahankan pelanggan IndiHome.*



*This work is licensed under a [Creative Commons Attribution-ShareAlike 4.0 International License](https://creativecommons.org/licenses/by-sa/4.0/).*

**Publisher: Lembaga Penerbit Penelitian Nusantara**

---

## **Pendahuluan**

Persaingan industri layanan *fixed broadband* di Indonesia semakin meningkat seiring hadirnya berbagai penyedia layanan internet seperti MyRepublic, Biznet, Oxygen, dan HiFi. Kondisi tersebut

membuat perusahaan telekomunikasi perlu menjaga pelanggan lama selain melakukan perolehan pelanggan baru melalui strategi retensi yang efektif. Retensi pelanggan menjadi aspek penting karena tingginya tingkat perpindahan pelanggan (*customer churn*) dapat memengaruhi stabilitas pendapatan perusahaan dan keberlangsungan layanan. (Kotler & Keller, 2016) dan (Artha et al., 2022).

Pada layanan IndiHome di PT Telkomsel Branch Lampung, permasalahan retensi pelanggan tidak hanya dipengaruhi oleh persaingan harga dan kualitas layanan, tetapi juga oleh tingginya tunggakan pelanggan akibat rendahnya pemahaman terhadap sistem tagihan pascabayar. Sebagian pelanggan menganggap bahwa penghentian penggunaan modem secara sepihak telah mengakhiri layanan berlangganan, sehingga menimbulkan tunggakan tagihan dan potensi perpindahan ke kompetitor. Kondisi tersebut menunjukkan adanya tantangan dalam proses *Billing, Collection, and Retention* yang dijalankan perusahaan. Temuan tersebut sejalan dengan penelitian (Reinaldi, 2025) dan (Ribeiro et al., 2024) yang menjelaskan bahwa faktor pengalaman pelanggan, komunikasi layanan, dan persaingan antar penyedia layanan internet dapat memengaruhi tingkat *customer churn* pada industri telekomunikasi.

Penelitian mengenai retensi pelanggan umumnya berfokus pada kualitas layanan, loyalitas pelanggan, dan strategi *customer relationship management* (Fauzi & Mandala, 2019; Nasution, 2025; Cindy Adeliya Samosir, 2025). Selain itu, (Fitriyani & Hendriyani, 2021) menjelaskan bahwa pengelolaan data pelanggan dan hubungan pelanggan yang baik dapat membantu meningkatkan retensi pelanggan layanan IndiHome. Sementara itu, penelitian yang membahas proses kerja operasional *Billing, Collection, and Retention* dalam menjaga retensi pelanggan pada layanan *fixed broadband* masih terbatas, khususnya dalam konteks operasional lapangan di industri telekomunikasi. Oleh karena itu, penelitian ini memiliki kebaruan pada analisis proses kerja operasional *Billing, Collection, and Retention* dalam menangani pelanggan menunggak dan pelanggan yang berisiko berhenti berlangganan.

Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis proses kerja *Billing, Collection, and Retention* dalam menjaga retensi pelanggan IndiHome pada PT Telkomsel Branch Lampung, serta mengidentifikasi kendala dan strategi yang diterapkan dalam proses retensi pelanggan.

## **Metode Penelitian**

Penelitian dilakukan menggunakan metode deskriptif kualitatif untuk memahami secara mendalam proses kerja *Billing, Collection, and Retention* dalam menjaga retensi pelanggan

IndiHome pada PT Telkomsel Branch Lampung. Pendekatan kualitatif dipilih karena penelitian berfokus pada pemahaman fenomena operasional, perilaku pelanggan, serta strategi retensi yang diterapkan perusahaan dalam kondisi lapangan secara nyata. Penelitian deskriptif digunakan untuk menggambarkan proses kerja, kendala operasional, dan bentuk koordinasi antar bagian dalam pelaksanaan kegiatan *billing*, *collection*, dan *retention*.

Penelitian dilaksanakan di PT Telkomsel Branch Lampung, khususnya pada bagian Operational Support *Billing*, *Collection*, and *Retention* yang menangani pelanggan IndiHome di wilayah Provinsi Lampung. Pemilihan lokasi penelitian dilakukan karena divisi tersebut memiliki peran penting dalam pengelolaan pelanggan pascabayar, penanganan tunggakan pelanggan, serta pelaksanaan strategi retensi pelanggan. Penelitian dilaksanakan pada bulan Maret 2026.

Subjek penelitian terdiri atas sepuluh informan yang terlibat langsung dalam proses operasional *Billing*, *Collection*, and *Retention*. Informan tersebut meliputi tujuh petugas lapangan (*field collection*), dua admin *Billing and Collection*, dan satu Supervisor *Billing*, *Collection*, and *Retention*. Pemilihan informan dilakukan menggunakan teknik *purposive sampling*, yaitu pemilihan informan berdasarkan keterlibatan dan pemahaman mereka terhadap proses penagihan dan retensi pelanggan IndiHome.

Data penelitian terdiri atas data primer dan data sekunder. Data primer diperoleh melalui wawancara mendalam dengan informan penelitian dan observasi langsung terhadap aktivitas operasional di lapangan. Wawancara dilakukan untuk memperoleh informasi mengenai proses kerja, kendala operasional, strategi retensi pelanggan, serta bentuk koordinasi antar bagian dalam pelaksanaan kegiatan *billing*, *collection*, dan *retention*. Observasi dilakukan pada aktivitas penagihan pelanggan di beberapa wilayah operasional, seperti Bandar Lampung, Metro, Pringsewu, dan Kotabumi. Sementara itu, data sekunder diperoleh dari dokumen perusahaan berupa laporan penagihan, hasil *telecollection*, dokumentasi kunjungan lapangan, dan data administrasi pelanggan.

Instrumen penelitian yang digunakan dalam penelitian ini adalah pedoman wawancara, catatan observasi, dan dokumentasi penelitian. Pedoman wawancara digunakan untuk menjaga konsistensi pertanyaan kepada seluruh informan, sedangkan catatan observasi digunakan untuk mencatat aktivitas operasional dan kondisi lapangan selama penelitian berlangsung.

Teknik pengumpulan data dilakukan melalui tiga tahapan, yaitu wawancara mendalam, observasi lapangan, dan dokumentasi. Wawancara dilakukan secara langsung dengan informan penelitian untuk memperoleh data mengenai pengalaman dan kendala dalam proses retensi pelanggan. Observasi lapangan dilakukan untuk memahami kondisi nyata dalam proses penagihan

pelanggan dan aktivitas *field collection*. Dokumentasi digunakan sebagai data pendukung untuk memperkuat hasil observasi dan wawancara.

Analisis data dilakukan menggunakan model analisis interaktif Miles dan Huberman yang meliputi reduksi data, penyajian data, dan penarikan kesimpulan. Reduksi data dilakukan dengan menyeleksi data yang relevan dengan fokus penelitian. Penyajian data dilakukan dalam bentuk narasi deskriptif dan tabel agar hubungan antar data lebih mudah dipahami. Penarikan kesimpulan dilakukan berdasarkan hasil interpretasi data yang diperoleh dari wawancara, observasi, dan dokumentasi penelitian.

Keabsahan data dilakukan menggunakan teknik triangulasi sumber dengan membandingkan hasil wawancara antar informan serta mencocokkan data observasi dan dokumentasi perusahaan. Teknik tersebut digunakan untuk memastikan konsistensi dan validitas data penelitian.

## Hasil dan Pembahasan

### Hasil

Hasil penelitian menunjukkan bahwa proses kerja *Billing, Collection, and Retention* pada PT Telkomsel Branch Lampung dilakukan secara sistematis melalui pengelompokan pelanggan berdasarkan status pembayaran dan tingkat tunggakan pelanggan. Pengelompokan tersebut bertujuan untuk mempermudah proses monitoring pelanggan, penagihan, serta pelaksanaan strategi retensi pelanggan sesuai kondisi operasional di lapangan.

Dalam proses operasionalnya, pelanggan diklasifikasikan ke dalam beberapa kategori, yaitu pelanggan bulan berjalan (*C3MR*), pelanggan dengan tunggakan dua bulan (*PraNPC*), dan pelanggan dengan tunggakan lebih dari dua bulan (*CT0*). Setiap kategori pelanggan memiliki mekanisme penanganan yang berbeda sesuai tingkat risiko pelanggan terhadap tunggakan maupun potensi berhenti berlangganan.

Tabel 1. Klasifikasi Status Pelanggan Dan Mekanisme Penanganannya

No	Status Pelanggan	Keterangan	Mekanisme Penanganan
1	C3MR	Pelanggan Bulan Berjalan	Reminder pembayaran mendekati jatuh tempo dan edukasi pelanggan
2	praNPC	Pelanggan	<i>Telecollection</i> ,

		dengan tunggakan Bulan	2	<i>field collection,</i> dan penanganan administrative
3	CT0	Pelanggan dengan tunggakan dari 2 bulan	lebih	<i>Telecollection,</i> <i>field collection,</i> program retensi, dan penanganan administratif

**Sumber :** Hasil observasi penelitian 2026

Berdasarkan Tabel 1, mekanisme penanganan pelanggan dilakukan secara bertahap sesuai tingkat tunggakan pelanggan. Pelanggan kategori *C3MR* umumnya hanya diberikan pengingat pembayaran dan edukasi mengenai sistem tagihan pascabayar. Sementara itu, pelanggan kategori *PraNPC* dan *CT0* mendapatkan penanganan lebih intensif melalui komunikasi langsung, kunjungan lapangan, serta pendekatan retensi pelanggan.

Hasil observasi lapangan menunjukkan bahwa proses *collection* dan retensi pelanggan menghadapi tantangan yang berbeda pada setiap wilayah operasional. Pada wilayah Kotabumi ditemukan banyak pelanggan yang sulit ditemukan karena alamat pelanggan tidak sesuai dengan data administrasi dan kondisi rumah pelanggan sering kosong saat dilakukan kunjungan lapangan. Kondisi tersebut menyebabkan proses penagihan dan verifikasi pelanggan menjadi lebih sulit dilakukan.

Pada wilayah Bandar Lampung, ditemukan pelanggan yang memutuskan berpindah ke penyedia layanan internet lain akibat promo harga yang lebih kompetitif. Selain itu, terdapat pelanggan yang menghentikan penggunaan layanan secara sepihak tanpa melakukan prosedur penghentian layanan resmi. Sementara itu, pada wilayah Metro dan Pringsewu ditemukan kondisi serupa, yaitu pelanggan berhenti berlangganan karena faktor harga, persaingan layanan internet, dan kurangnya pemahaman terhadap sistem layanan pascabayar.

Hasil wawancara dengan tim lapangan menunjukkan bahwa sebagian pelanggan masih menganggap pembayaran tagihan dilakukan untuk penggunaan layanan pada bulan berjalan, bukan untuk pemakaian bulan sebelumnya. Kondisi tersebut menyebabkan munculnya miskonsepsi pelanggan terhadap sistem tagihan pascabayar IndiHome. Selain itu, beberapa pelanggan menganggap penghentian penggunaan modem secara sepihak telah menghentikan layanan berlangganan secara otomatis.

Tim *Billing, Collection, and Retention* menjelaskan bahwa pendekatan komunikasi personal menjadi salah satu strategi utama dalam mempertahankan pelanggan. Pendekatan tersebut

dilakukan melalui panggilan telepon, kunjungan lapangan, serta edukasi pelanggan mengenai mekanisme tagihan dan prosedur penghentian layanan. Selain itu, perusahaan juga memberikan solusi retensi sesuai kebijakan operasional untuk mempertahankan pelanggan yang berpotensi berhenti berlangganan.

Hasil wawancara dengan admin dan supervisor menunjukkan bahwa koordinasi antar bagian memiliki peran penting dalam mendukung efektivitas proses *Billing, Collection, and Retention*. Koordinasi dilakukan melalui monitoring data pelanggan, evaluasi hasil penagihan, serta penentuan strategi penanganan pelanggan berdasarkan kondisi pelanggan di lapangan. Dukungan supervisor dalam proses pengambilan keputusan operasional dinilai membantu tim lapangan dalam menangani pelanggan dengan tingkat risiko tunggakan yang tinggi.

Secara keseluruhan, hasil penelitian menunjukkan bahwa proses kerja *Billing, Collection, and Retention* tidak hanya berfokus pada proses penagihan pelanggan, tetapi juga berperan dalam menjaga hubungan pelanggan dan mempertahankan loyalitas pelanggan IndiHome di tengah persaingan layanan internet fixed broadband yang semakin ketat.

## **Pembahasan**

Hasil penelitian menunjukkan bahwa proses *Billing, Collection, and Retention* memiliki peran penting dalam menjaga retensi pelanggan IndiHome pada PT Telkomsel Branch Lampung. Proses kerja yang dilakukan secara sistematis melalui klasifikasi pelanggan membantu perusahaan dalam menentukan strategi penanganan pelanggan berdasarkan tingkat tunggakan dan risiko pelanggan berhenti berlangganan. Temuan ini menunjukkan bahwa efektivitas proses operasional menjadi salah satu faktor penting dalam menjaga keberlangsungan pelanggan pada industri layanan *fixed broadband*.

Dalam penelitian ini ditemukan bahwa pelanggan dengan tingkat tunggakan yang lebih tinggi memerlukan pendekatan komunikasi yang lebih intensif dibandingkan pelanggan bulan berjalan. Pendekatan tersebut dilakukan melalui *telecollection*, kunjungan lapangan, dan edukasi pelanggan mengenai sistem layanan pascabayar. Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa proses *collection* tidak hanya berfungsi sebagai aktivitas penagihan, tetapi juga menjadi bagian dari strategi retensi pelanggan melalui komunikasi langsung antara perusahaan dan pelanggan.

Temuan penelitian juga menunjukkan bahwa rendahnya pemahaman pelanggan terhadap sistem tagihan pascabayar menjadi salah satu penyebab utama munculnya tunggakan pelanggan dan penghentian layanan secara sepihak. Sebagian pelanggan menganggap bahwa penghentian

penggunaan modem telah menghentikan layanan secara otomatis, sehingga pelanggan tidak menyelesaikan kewajiban administrasi yang masih berjalan. Kondisi tersebut menunjukkan bahwa permasalahan retensi pelanggan tidak hanya dipengaruhi oleh kualitas layanan internet, tetapi juga dipengaruhi oleh pemahaman pelanggan terhadap mekanisme layanan yang digunakan perusahaan.

Hasil penelitian ini sejalan dengan teori (Kotler & Keller, 2016) yang menyatakan bahwa loyalitas pelanggan dipengaruhi oleh kualitas komunikasi, pelayanan, dan penanganan pelanggan setelah penggunaan layanan. (Fauzi & Mandala, 2019) juga menjelaskan bahwa kualitas pelayanan dan hubungan perusahaan dengan pelanggan memiliki pengaruh terhadap kepuasan dan loyalitas pelanggan. Selain itu, (Ratno, 2020) menyatakan bahwa penanganan keluhan dan kualitas layanan yang baik dapat meningkatkan loyalitas pelanggan. Dalam konteks penelitian ini, komunikasi personal melalui panggilan telepon dan kunjungan lapangan terbukti membantu perusahaan dalam mempertahankan pelanggan yang berpotensi berhenti berlangganan.

Selain faktor komunikasi, penelitian ini menunjukkan bahwa koordinasi antar bagian *Billing, Collection, and Retention* memiliki pengaruh terhadap efektivitas proses retensi pelanggan. Koordinasi antar admin, tim lapangan, dan supervisor membantu proses monitoring pelanggan serta penentuan strategi penanganan pelanggan sesuai kondisi operasional di lapangan. Temuan tersebut mendukung pendapat (Fauzi & Mandala, 2019) yang menyatakan bahwa proses kerja operasional yang baik memerlukan koordinasi dan pembagian tugas yang jelas agar tujuan organisasi dapat tercapai secara efektif.

Persaingan layanan internet *fixed broadband* juga menjadi faktor yang memengaruhi retensi pelanggan IndiHome pada PT Telkomsel Branch Lampung. Hasil observasi menunjukkan bahwa sebagian pelanggan berpindah ke penyedia layanan lain akibat promo harga dan penawaran layanan yang lebih kompetitif. Temuan ini sejalan dengan penelitian (Reinaldi, 2025) serta (Ribeiro et al., 2024) yang menjelaskan bahwa faktor harga, pengalaman pelanggan, dan penawaran kompetitor menjadi penyebab utama terjadinya *customer churn* pada industri telekomunikasi.

Penelitian ini menunjukkan bahwa edukasi pelanggan mengenai sistem tagihan pascabayar menjadi faktor penting dalam menjaga retensi pelanggan. Selama ini penelitian retensi pelanggan lebih banyak membahas kualitas layanan, loyalitas pelanggan, dan *customer relationship management* (Artha et al., 2022), sedangkan aspek pemahaman pelanggan terhadap mekanisme tagihan masih jarang dibahas pada layanan *fixed broadband*. Oleh karena itu, penelitian ini memberikan kontribusi terhadap kajian manajemen operasional layanan dan manajemen hubungan pelanggan pada industri telekomunikasi.

Implikasi penelitian ini menunjukkan bahwa perusahaan perlu meningkatkan edukasi pelanggan sejak awal pemasangan layanan, khususnya terkait mekanisme tagihan pascabayar, kontrak berlangganan, dan prosedur penghentian layanan resmi. Selain itu, perusahaan juga perlu melakukan pembaruan data pelanggan secara berkala untuk meningkatkan efektivitas proses *collection* dan retensi pelanggan di lapangan.

Penelitian ini memiliki keterbatasan karena hanya dilakukan pada satu wilayah operasional, yaitu PT Telkomsel Branch Lampung, sehingga hasil penelitian belum dapat digeneralisasikan pada seluruh wilayah operasional IndiHome di Indonesia. Oleh karena itu, penelitian selanjutnya disarankan membahas strategi retensi pelanggan pada wilayah yang lebih luas atau menggunakan pendekatan kuantitatif untuk mengukur hubungan antara efektivitas proses *Billing, Collection, and Retention* dengan tingkat retensi pelanggan secara statistik.

## **SIMPULAN**

Penelitian ini menunjukkan bahwa proses kerja *Billing, Collection, and Retention* pada PT Telkomsel Branch Lampung telah berjalan secara sistematis melalui mekanisme penanganan pelanggan berdasarkan tingkat tunggakan pembayaran. Proses tersebut dilakukan melalui pengingat pembayaran, *telecollection*, kunjungan lapangan, serta pendekatan retensi pelanggan sesuai kondisi operasional di lapangan. Proses kerja yang terstruktur membantu perusahaan dalam mengidentifikasi pelanggan yang berpotensi menunggak maupun pelanggan yang berisiko berhenti berlangganan.

Kendala utama dalam proses retensi pelanggan meliputi rendahnya pemahaman pelanggan terhadap sistem tagihan pascabayar, ketidakakuratan data alamat pelanggan, rumah kosong saat kunjungan lapangan, serta persaingan promo dari penyedia layanan internet lain. Kondisi tersebut menyebabkan munculnya tunggakan pelanggan dan perpindahan pelanggan ke kompetitor. Selain itu, sebagian pelanggan masih menganggap penghentian penggunaan modem secara sepihak telah menghentikan layanan berlangganan secara otomatis.

Penelitian ini juga menunjukkan bahwa komunikasi personal, edukasi pelanggan, dan koordinasi antar tim *Billing, Collection, and Retention* memiliki peran penting dalam mempertahankan pelanggan IndiHome. Dengan demikian, keberhasilan retensi pelanggan tidak hanya dipengaruhi oleh kualitas layanan internet, tetapi juga efektivitas komunikasi operasional dan strategi penanganan pelanggan yang diterapkan perusahaan. Penelitian selanjutnya diharapkan dapat mengembangkan kajian mengenai strategi retensi pelanggan pada wilayah operasional yang

lebih luas atau menggunakan pendekatan kuantitatif untuk memperoleh hasil penelitian yang lebih terukur.

## **DAFTAR PUSTAKA**

- Artha, B., Zahara, I., Bahri, & Permata Sari, N. (2022). Customer Retention: A Literature Review. *Social Science Studies*, 2(1), 030–045. <https://doi.org/10.47153/sss21.2952022>
- Anderson, L. (2021). Doctor of Business Administration. *Training & Development*, 58(6), 3–75.
- Awuku, E., Agyei, P. M., & Gonu, E. (2023). Service innovation practices and customer loyalty in the telecommunication industry. *PLoS ONE*, 18(3 March), 1–18. <https://doi.org/10.1371/journal.pone.0282588>
- Erikson Sianipar, H. Sucherly, Umi Kaltum, & Yevis Marty Oesman. (2018). Customer Relationship Management to Customer Value & Customer Loyalty of Fixed Broadband: Study Case on Fixed Broadband Company in Indonesia. *Management Studies*, 6(6), 444–453. <https://doi.org/10.17265/2328-2185/2018.06.003>
- Fauzi, M. R., & Mandala, K. (2019). Pengaruh Kualitas Pelayanan, Kualitas Produk, Dan Inovasi Produk Terhadap Kepuasan Untuk Meningkatkan Loyalitas Pelanggan. *E-Jurnal Manajemen Universitas Udayana*, 8(11), 6741. <https://doi.org/10.24843/ejmunud.2019.v08.i11.p18>
- Fitriyani, I. P., & Hendriyani, C. (2021). Implementasi Customer Data Management Dalam Meningkatkan Retensi Pelanggan IndiHome di PT Telkom. *ICIT Journal*, 7(2), 168–176. <https://doi.org/10.33050/icit.v7i2.1645>
- Hadikusuma, R. S., & Nugraha, D. N. S. (2023). Pengaruh Kepuasan Konsumen Atas Kualitas Pelayanan Terhadap Loyalitas Konsumen (Studi Kasus Pada Perusahaan Mnc Play Kota Bandung). *Jurnal Bisnis, Manajemen & Ekonomi*, 20(1), 539–549. <https://doi.org/10.33197/jbme.vol20.iss1.2022.1051>
- Haryanto, B., Farih, M., & Hariningsih, E. (2022). INTERNATIONAL JOURNAL OF ECONOMICS AND BUSINESS ISSUES Analysis of Technical Service Quality in Increasing Customer Loyalty and Satisfaction: Study Broadband Internet Service in Indonesia. *International Journal of Economics and Business Issues*, 1(1), 44–60.
- Hutauruk, R. C., Sutrisna, E., & Lumbanraja, M. M. M. (2023). Pengaruh Customer Bonding Dan Kualitas Pelayanan Terhadap Loyalitas Pelanggan Indihome Pekanbaru. *Jurnal Manajemen Pendidikan Dan Pelatihan*, 7(3), 590–599.
- Kotler, P., & Keller, K. L. (2016). *Marketing Management* (15th ed.). Pearson Education Limited.\

- Ni Made Savitri Anggraeni, & Ni Nyoman Kerti Yasa. (2012). E-Service Quality Terhadap Kepuasan Dan Loyalitas Pelanggan Dalam Penggunaan Internet Banking. *Jurnal Keuangan Dan Perbankan*, 32916(2), 293–306. <http://jurkubank.wordpress.com>
- Oka Mahendra, R., Ruziah, & Dani, R. (2025). Pengaruh Kualitas Pelayanan Internet terhadap Loyalitas Pelanggan (Studi Kasus pada PT Icon Plus Kabupaten Lebak Provinsi Banten). *BISNISIA: Jurnal Ekonomi Dan Bisnis*, 01(01), 11–20.
- Rahjasa, M. D. M., & Yulianthini, N. N. (2025). Pengaruh Kualitas Pelayanan terhadap Loyalitas Pelanggan melalui Kepuasan Pelanggan Pengguna Layanan Internet IndiHome di Kota Singaraja. *Bisma: Jurnal Manajemen*, 11(1), 373–383. <https://ejournal.undiksha.ac.id/index.php/BISMA-JM/article/view/95836>
- Ratno, F. A. (2020). Pengaruh Kualitas Layanan dan Penanganan Keluhan terhadap Loyalitas Nasabah dengan Kepuasan sebagai Variabel Intervening (Studi Kasus BPRS Suriyah Cabang Salatiga). *Jurnal BAABU AL-ILMI: Ekonomi Dan Perbankan Syariah*, 5(2), 142. <https://doi.org/10.29300/ba.v5i2.3504>
- Reinaldi, A. Z. (2025). Understanding Customer Churn in Fixed-Mobile Convergence Services and Mitigation Strategies: Insights from Customer Service Representatives in an Indonesian Telco Company. *Enrichment: Journal of Multidisciplinary Research and Development*, 3(9), 3605–3617. <https://doi.org/10.55324/enrichment.v3i9.569>
- Ribeiro, H., Barbosa, B., Moreira, A. C., & Rodrigues, R. (2024). Customer Experience, Loyalty, and Churn in Bundled Telecommunications Services. *SAGE Open*, 14(2), 1–16. <https://doi.org/10.1177/21582440241245191>
- Serdar Ozturk, E. T. (2011). *International Journal of Economics and Business Research ( IJEBR )*. 2(5), 2009-2011.
- Zayed, N. M., Edeh, F. O., Islam, K. M. A., Nitsenko, V., Dubovyk, T., & Doroshuk, H. (2022). An Investigation into the Effect of Knowledge Management on Employee Retention in the Telecom Sector. *Administrative Sciences*, 12(4). <https://doi.org/10.3390/admsci12040138>