

ABSTRAK

PENGARUH VARIABEL PEMBENTUK CUSTOMER RELATIONSHIP MANAGEMENT TERHADAP LOYALITAS KONSUMEN (Studi Kasus pada Anggota Alfa Family Club PT Alfa Retailindo Tbk, Yogyakarta)

Viki Nobertha

Universitas Sanata Dharma

Yogyakarta

2007

Tujuan penelitian ini adalah untuk mengetahui apakah variabel pembentuk *customer relationship management* yang dibangun PT Alfa yaitu variabel-variabel AFC (Alfa Family Club) secara parsial dan simultan berpengaruh positif terhadap loyalitas konsumen akan PT Alfa.

Penelitian ini dilakukan dengan studi kasus pada konsumen PT Alfa Yogyakarta yang menjadi anggota AFC. Teknik pengumpulan data dilakukan dengan cara menyebarkan kuesioner, sedangkan teknik analisis data yang digunakan adalah analisis regresi linier berganda. Secara matematis hasil dari analisis regresi linier berganda tersebut dapat ditulis sebagai berikut :

$$Y = -1,381 + 0,273 X_1 + 0,209 X_2 + 0,197 X_3 + 0,230 X_4 + 0,218 X_5 + 0,219 X_6 + 0,195 X_7.$$

Dari hasil analisis yang telah dilakukan menunjukkan bahwa ketujuh variabel independen yang terdiri dari: kupon gratis, hadiah spesial, media komunikasi, fasilitas komunikasi, tempat parkir luas, acara spesial, dan diskon spesial secara parsial dan simultan berpengaruh terhadap loyalitas konsumen akan PT Alfa.

ABSTRACT

THE INFLUENCE OF CUSTOMER RELATIONSHIP MANAGEMENT VARIABLES TOWARDS THE CONSUMER LOYALTY

A Case Study at the AFC Members of PT Alfa Retailindo Tbk, Yogyakarta

Viki Nobertha

Sanata Dharma University

Yogyakarta

2007

The aim of this research was to know whether or not the customer relationship management variable which was built by PT Alfa – AFC's variables – partially and simultaneously had a positive influence towards the consumers loyalty of PT Alfa.

The research had been conducted to the customer of PT Alfa Yogyakarta who joined AFC's members. The data collection technique was distributing the questionnaires. Meanwhile the data analysis technique used in this research was Multiple Regression Analysis. The research obtained the equation of :

$$Y = -1,381 + 0,273 X_1 + 0,209 X_2 + 0,197 X_3 + 0,230 X_4 + 0,218 X_5 + 0,219 X_6 + 0,195 X_7.$$

The analysis results indicated that seven independent variables consisting of : free coupon, special gift, communication media, communication facility, wide parking area, special event, and special discount, partially and simultaneously influenced the customer loyalty of PT Alfa.