

ABSTRAK

Skripsi dengan judul “Pengaruh Manajemen Hubungan Pelanggan dan Reputasi Perusahaan Terhadap Retensi Pelanggan dengan Kepuasan Pelanggan sebagai Variabel *Intervening* (Studi Kasus pada *Hyfresh Supermarket* Blitar *Square*)” ini ditulis oleh Aurya Churun ‘Ain, NIM. 126405212079, Program Studi Manajemen Bisnis Syariah, Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam, UIN Sayyid Ali Rahmatullah Tulungagung, yang dibimbing oleh Risdiana Himmati, S.E., M.Si.

Penelitian ini dilatarbelakangi oleh semakin ketatnya persaingan bisnis ritel yang didasari karena pemenuhan kebutuhan manusia yang semakin banyak dan beragam. Bertambahnya tempat belanja yang semakin banyak dengan penawaran barang yang sama, menjadikan pelanggan untuk lebih selektif dalam memilih tempat belanja.

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui pengaruh manajemen hubungan pelanggan dan reputasi perusahaan terhadap retensi pelanggan *Hyfresh Supermarket* Blitar *Square*. Tujuan lainnya untuk mengetahui pengaruh kepuasan pelanggan terhadap retensi pelanggan *Hyfresh Supermarket* Blitar *Square*, serta untuk mengetahui apakah manajemen hubungan pelanggan dan reputasi perusahaan melalui kepuasan pelanggan berpengaruh terhadap retensi pelanggan *Hyfresh Supermarket* Blitar *Square*.

Penelitian ini menggunakan pendekatan kuantitatif dengan jenis penelitian asosiatif. Populasi dalam penelitian ini adalah konsumen yang pernah membeli atau belanja di *Hyfresh Supermarket* Blitar *Square*. Teknik pengambilan sampel yang digunakan adalah *accidental sampling*. Jumlah sampel pada penelitian ini sebanyak 100 responden dengan menggunakan rumus *Lemeshow*. Data yang digunakan pada penelitian ini adalah data primer yang diperoleh melalui jawaban kuesioner pelanggan *Hyfresh Supermarket* Blitar *Square*. Penelitian ini menggunakan metode Sem-PLS dengan bantuan *software* SmartPLS versi 4.0.

Pada penelitian ini diperoleh hasil, bahwa manajemen hubungan pelanggan tidak berpengaruh terhadap retensi pelanggan, reputasi perusahaan berpengaruh terhadap retensi pelanggan, kepuasan pelanggan berpengaruh terhadap retensi pelanggan, manajemen hubungan pelanggan berpengaruh terhadap retensi pelanggan dengan kepuasan pelanggan sebagai variabel *intervening*, dan reputasi perusahaan berpengaruh terhadap retensi pelanggan dengan kepuasan pelanggan sebagai variabel *intervening*.

Kata Kunci: Manajemen Hubungan, Reputasi, Retensi, Kepuasan

ABSTRACT

The thesis with the title “The Influence of Customer Relationship Management and Company Reputation on Customer Retention with Customer Satisfaction as an Intervening Variable (Case Study on Hyfresh Supermarket Blitar Square)” was written by Aurya Churun ‘Ain, NIM. 126405212079, Sharia Business Management Study Program, Faculty of Islamic Economics and Business, UIN Sayyid Ali Rahmatullah Tulungagung, supervised by Risdiana Himmati, S.E., M.Si.

This research is based on the increasingly fierce competition in the retail business based on the fulfillment of increasingly large and diverse human needs. The number of shopping places with the same product offerings makes customers more selective in choosing shopping places.

This study aims to determine the influence of relationship management and company reputation on customer retention of Hyfresh Supermarket Blitar Square. Another objective is to find out the influence of customer satisfaction on customer retention of Hyfresh Supermarket Blitar Square, as well as to find out whether customer relationship management and company reputation through customer satisfaction affect customer retention of Hyfresh Supermarket Blitar Square.

This study uses a quantitative approach with an associative type research. The population in this study is consumers who have bought or shopped at Hyfresh Supermarket Blitar Square. The sampling technique used is accidental sampling. The number of samples in this study was 100 respondents using the Lemeshow formula. The data used in this study is primary data obtained through the answers to the Hyfresh Supermarket Blitar Square customer questionnaire. This study uses the Sem-PLS method with the help of SmartPLS software version 4.0.

In this study, the results were obtained that customer relationship management has no effect on customer retention, company reputation has an effect on customer retention, customer satisfaction has an effect on customer retention, customer relationship management has an effect on customer retention with customer satisfaction as an intervening variable, and company reputation has an effect on customer retention with customer satisfaction as an intervening variable.

Keywords: *relationship management, reputation, retention, satisfaction*