

ABSTRAK

Penelitian berjudul “Faktor – Faktor Yang Mempengaruhi Retensi Pelanggan Supermarket Bravo Tulungagung,” yang ditulis oleh Naurina Ngatiqoh, NIM. 12405173062, Program Studi Manajemen dan Bisnis Syariah, Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam, Universitas Islam Negeri Tulungagung, Sayyid Ali Rahmatullah, yang dibimbing oleh Wahyu Dwi Warsitasari, M.Pd.

Konsumen menjadi salah satu bagian penting dalam dunia usaha, karena konsumen menjadi muara akhir dalam sebuah kegiatan jual beli. Keberadaan konsumen akan berhubungan dengan tingkat profitabilitas atas kegiatan usaha. Ketatnya persaingan dunia usaha mengharuskan kegiatan usaha untuk mampu terus berkembang dan mempertahankan pelanggan merupakan kepentingan perusahaan.

Rumusan Masalah dalam penelitian ini yaitu: 1) Apakah terdapat pengaruh produk terhadap retensi pelanggan Bravo Supermarket?, 2) Apakah terdapat pengaruh harga terhadap retensi pelanggan Bravo Supermarket?, 3) Apakah terdapat pengaruh tempat terhadap retensi pelanggan Bravo Supermarket? 4) Apakah terdapat pengaruh promosi terhadap retensi pelanggan Bravo Supermarket?, 5) Apakah terdapat pengaruh loyalitas terhadap retensi pelanggan Bravo Supermarket?. 6) Apakah terdapat pengaruh produk, harga, tempat, promosi dan loyalitas pelanggan terhadap retensi pelanggan Bravo Supermarket?.

Pendekatan penelitian menggunakan kuantitatif, dengan jenis penelitian asosiatif. Sampel yang digunakan pada penelitian ini yaitu sampling kuota kepada sebanyak 55 pelanggan Supermarket Bravo Tulungagung. Teknik analisis data menggunakan uji regresi berganda.

Hasil penelitian ini menunjukkan pada uji parsial yaitu: 1) Ada pengaruh signifikan produk terhadap retensi pelanggan Bravo Supermarket. 2) Ada pengaruh signifikan harga terhadap retensi pelanggan Bravo Supermarket. 3) Ada pengaruh signifikan tempat terhadap retensi pelanggan Bravo Supermarket. 4) Ada pengaruh signifikan promosi terhadap retensi pelanggan Bravo Supermarket. 5) Ada pengaruh signifikan loyalitas terhadap retensi pelanggan Bravo Supermarket. Pada uji yang dilaksanakan dengan simultan menunjukkan yaitu: 6) Ada pengaruh secara bersama-sama dan signifikan produk, harga, tempat, promosi dan loyalitas pelanggan terhadap retensi pelanggan Bravo Supermarket.

Kata Kunci: produk, harga, tempat, promosi, loyalitas pelanggan, retensi pelanggan.

ABSTRACT

The thesis entitled "Factors Affecting Customer Retention of Supermarket Bravo Tulungagung," written by Naurina Ngatiqoh, NIM. 12405173062, Sharia Business and Management Study Program, Faculty of Islamic Economics and Business, Tulungagung State Islamic University, Sayyid Ali Rahmatullah, supervised by Wahyu Dwi Warsitasari, M.Pd.

Consumers are an important part of the business world, because consumers are the final destination in buying and selling activities. The existence of consumers will be related to the level of profitability of business activities. Intense competition in the business world requires that business activities be able to continue to grow and retain customers, which is in the interests of the company.

The formulation of the problems in this study are: 1) Is there an effect of the product on customer retention of Bravo Supermarket?, 2) Is there an effect of price on customer retention of Bravo Supermarket?, 3) Is there an effect of place on customer retention of Bravo Supermarket?, 4) Is there an effect of promotion on customer retention Bravo Supermarket?, 5) Is there an effect of retention on customer retention Bravo Supermarket?. 6) Is there an effect of loyalty on retension Bravo Tulungagung?

The research approach uses quantitative, with the type of associative research. The sample used in this research is quota sampling for 55 customers of Supermarket Bravo Tulungagung. Data analysis technique using multiple regression test.

The results of this study indicate a partial test, namely: 1) There is a significant effect of the product on Bravo Supermarket customer retention. 2) There is a significant effect of price on Bravo Supermarket customer retention. 3) There is a significant effect of place on Bravo Supermarket customer retention. 4) There is a significant influence of promotion on customer retention of Bravo Supermarket. 5) There is a significant effect of customer loyalty on Bravo Supermarket customer retention. The tests carried out simultaneously showed that: 6) There was a simultaneous and significant effect of product, price, place, promotion and customer loyalty on Bravo Supermarket customer retention.

Keywords: *Product, Price, Place, Promotion, Customer Loyalty, Customer Retention.*