

ABSTRAK

Bisnis ritel saat ini menghadapi beragam rintangan, termasuk persaingan yang semakin sengit, perubahan perilaku konsumen, dan gangguan teknologi. Agar dapat bersaing, setiap retailer pasti memiliki strategi yang berbeda-beda. Salah satu cara yang adalah dengan melaksanakan program loyalitas yang bertujuan untuk menjaga konsumen agar tetap berbelanja. Hal ini juga diterapkan oleh salah satu jaringan ritel modern di Indonesia, yaitu Alfamart. Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis pengaruh CRM, lokasi, dan kualitas pelayanan terhadap loyalitas pelanggan Alfamart Senduro. Pada penelitian ini menggunakan pendekatan kuantitatif, pengumpulan datanya dengan menyebarkan kuesioner kepada pelanggan alfamart sebanyak 80 responden. Metode dan teknik sampling yang digunakan yaitu metode *nonprobability* dengan teknik *Accidental Sampling*. Pada penelitian ini, uji instrumen yang digunakan yaitu uji validitas dan reliabilitas, regresi linear berganda, uji asumsi klasik, uji t, dan koefisien determinasi dan di olah dengan menggunakan aplikasi SPSS 22. Dengan hasil sebagai berikut : 1) *Customer Relationship Management* (CRM) tidak berpengaruh terhadap Loyalitas Pelanggan Alfamart Senduro. 2) Lokasi tidak berpengaruh terhadap loyalitas Alfamart senduro. 3) Kualitas pelayanan berpengaruh secara signifikan terhadap loyalitas pelanggan Alfamart Senduro. kualitas pelayanan merupakan faktor paling dominan dalam membentuk loyalitas pelanggan di Alfamart Senduro, sementara CRM dan lokasi perlu ditinjau lebih lanjut implementasinya agar memberikan dampak yang diharapkan.

Kata Kunci : *Customer Relationship Management* (CRM), Lokasi, Kualitas Pelayanan, Loyalitas Pelanggan

ABSTRACT

Retail businesses today face a variety of hurdles, including increasingly fierce competition, changing consumer behavior, and technological disruption. In order to compete, each retailer must have a different strategy. One way is to implement a loyalty program that aims to keep consumers shopping. This is also applied by one of the modern retail networks in Indonesia, namely Alfamart. This study aims to analyze the influence of CRM, location, and service quality on Alfamart Senduro customer loyalty. In this study, a quantitative approach was used, the data collection was distributed by distributing questionnaires to alfamart customers as many as 80 respondents. The sampling method and technique used is the nonprobability method with the Accidental Sampling technique. In this study, the instrument tests used were validity and reliability tests, multiple linear regression, classical assumption tests, t tests, and determination coefficients and processed using the SPSS 22 application. With the following results: 1) Customer Relationship Management (CRM) has no effect on Alfamart Senduro Customer Loyalty. 2) Location has no effect on Alfamart senduro loyalty. 3) The quality of service has a significant effect on the loyalty of Alfamart Senduro customers. Service quality is the most dominant factor in shaping customer loyalty at Alfamart Senduro, while CRM and location need to be further reviewed in order to have the expected impact.

Keywords: *Customer Relationship Management (CRM), Location, Service Quality, Customer Loyalty*