

RINGKASAN

Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis pengaruh harga dan customer relationship marketing terhadap loyalitas konsumen pada Toko Surya Jaya Plastik di Kabupaten Banyumas. Dalam menghadapi persaingan usaha yang semakin ketat, pelaku usaha dituntut untuk mampu menetapkan harga yang kompetitif serta membangun hubungan yang baik dengan konsumen guna meningkatkan loyalitas pelanggan. Oleh karena itu, Toko Surya Jaya Plastik perlu memperhatikan kedua aspek tersebut agar dapat mempertahankan dan meningkatkan jumlah konsumennya. Penelitian ini menggunakan pendekatan kuantitatif dengan metode survei melalui penyebaran kuesioner kepada konsumen Toko Surya Jaya Plastik yang pernah melakukan pembelian. Teknik pengambilan sampel yang digunakan adalah purposive sampling dengan jumlah responden sebanyak 110 orang. Metode analisis data yang digunakan adalah regresi linier berganda untuk menguji pengaruh harga dan customer relationship marketing terhadap loyalitas konsumen. Hasil penelitian menunjukkan bahwa harga berpengaruh positif dan signifikan terhadap loyalitas konsumen dengan nilai t hitung sebesar 5,477 dan signifikansi $0,000 < 0,05$. Customer relationship marketing juga berpengaruh positif dan signifikan terhadap loyalitas konsumen dengan nilai t hitung sebesar 4,094 dan signifikansi $0,025 < 0,05$. Secara simultan, harga dan customer relationship marketing berpengaruh positif dan signifikan terhadap loyalitas konsumen dengan nilai F hitung sebesar 39,342 dan signifikansi $0,000 < 0,05$. Nilai koefisien determinasi (R Square) sebesar 0,424 yang menunjukkan bahwa loyalitas konsumen dapat dijelaskan oleh variabel harga dan customer relationship marketing sebesar 42,4%, sedangkan sisanya sebesar 57,6% dipengaruhi oleh faktor lain di luar penelitian. Berdasarkan hasil tersebut dapat disimpulkan bahwa semakin baik persepsi konsumen terhadap harga dan semakin efektif penerapan customer relationship marketing, maka semakin tinggi pula loyalitas konsumen pada Toko Surya Jaya Plastik (SJP).

Kata Kunci: Harga, Customer Relationship Marketing, Loyalitas Konsumen.

SUMMARY

This study aims to analyze the influence of price and customer relationship marketing on consumer loyalty at Surya Jaya Plastik Store in Banyumas Regency. In facing increasingly intense business competition, business owners are required to establish competitive pricing strategies and maintain good relationships with consumers in order to enhance customer loyalty. Therefore, Surya Jaya Plastik Store needs to pay attention to these two aspects to retain and increase its customer base. This study employed a quantitative approach using a survey method through questionnaires distributed to consumers of Surya Jaya Plastik Store who had made purchases. The sampling technique used was purposive sampling, with a total of 110 respondents. The data were analyzed using multiple linear regression to examine the influence of price and customer relationship marketing on consumer loyalty. The results showed that price had a positive and significant effect on consumer loyalty, with a t-value of 5.477 and a significance value of $0.000 < 0.05$. Customer relationship marketing also had a positive and significant effect on consumer loyalty, with a t-value of 4.094 and a significance value of $0.025 < 0.05$. Simultaneously, price and customer relationship marketing had a positive and significant effect on consumer loyalty, with an F-value of 39.342 and a significance value of $0.000 < 0.05$. The coefficient of determination (R Square) was 0.424, indicating that consumer loyalty could be explained by the variables of price and customer relationship marketing by 42.4%, while the remaining 57.6% was influenced by other factors outside the scope of this study. Based on these findings, it can be concluded that the better consumers perceive the price and the more effective the implementation of customer relationship marketing, the higher the level of consumer loyalty at Surya Jaya Plastik Store (SJP).

Keywords: Price, Customer Relationship Marketing, Customer Loyalty.