

ABSTRAKSI

Dewasa ini perkembangan bisnis ritel di Indonesia sangat pesat. Bertambahnya perusahaan-perusahaan ritel baik perusahaan ritel domestik maupun perusahaan-perusahaan ritel multinasional menyebabkan tingkat persaingan menjadi lebih tinggi.

Untuk tetap *exist* dan memenangkan persaingan, Matahari *Department Store* harus dapat menumbuhkan loyalitas dalam diri pelanggannya. Maka, Matahari *Department Store* meluncurkan Matahari *Club Card* (MCC) sebagai alat untuk mengikat pelanggannya agar tidak berpindah ke tempat lain.

Club card Matahari ini bukan sekedar sebagai kartu identitas anggota biasa, tetapi MCC menciptakan suatu nilai lebih kepada pelanggan. Saat berbelanja di Matahari dan menggunakan MCC, pelanggan bisa mendapatkan berbagai keuntungan mulai dari mendapatkan potongan harga / *discount* dalam bentuk voucher sampai mengikuti undian-undian berhadiah menarik.

Agar program loyalitas Matahari ini efektif, maka pihak manajemen Matahari perlu mengetahui apakah MCC dapat menimbulkan loyalitas pada pelanggannya, dengan demikian pihak manajemen Matahari dapat memperbaiki dan meningkatkan kualitas pelayanan pada MCC.

Berdasarkan masalah tersebut, maka dilakukan penelitian mengenai "Pengaruh MCC terhadap Loyalitas Pelanggan di Matahari *Department Store*". Metode-metode yang digunakan dalam penelitian ini adalah : metode *crossstab* untuk mengetahui apakah ada kaitan antara variabel-variabel loyalitas dan MCC. Kemudian untuk memperkuatnya dilakukan uji *mean* untuk frekuensi belanja, pengeluaran saat berbelanja, dan variabel keterikatan serta uji *proporsi* untuk rekomendasi. Dari hasil pengolahan tersebut ternyata ada 2 variabel loyalitas yang berhubungan dengan loyalitas yaitu variabel frekuensi belanja, variabel keterikatan berbelanja di Matahari. Dua variabel lainnya yaitu rekomendasi dan tingkat pengeluaran saat berbelanja ternyata tidak berhubungan dengan loyalitas. Sehingga dilakukan analisis terhadap kedua variabel tersebut dengan menelusuri profil dan variabel-variabel kepuasan.

Hal-hal yang dapat digunakan sebagai acuan untuk melakukan strategi sehingga dapat meningkatkan loyalitas pelanggan di Matahari *Department Store* cabang Tunjungan Plaza adalah pelayanan karyawan, pekerjaan pelanggan, pengeluaran per bulan, keputusan berbelanja, program MCC dan harga produk. Strategi tersebut diharapkan dapat meningkatkan loyalitas pelanggan sehingga meningkatkan penjualan di Matahari *Department Store*.