

ABSTRAK

Perkembangan bisnis ritel membuat perusahaan-perusahaan ritel asing mulai membuka lahan di Indonesia. Hal ini disebabkan karena masyarakat Indonesia sangat konsumtif. Potensi dan daya beli yang cukup tinggi ini menjadi incaran investor. Ini membuat persaingan bertambah ketat, dimana pemain asing memiliki kemampuan menjual dengan harga yang jauh lebih murah dibanding pemain lokal. Jadi pemain lokal harus memiliki kesiapan dalam bersaing, terutama mempunyai pengetahuan tentang pasar lokal dan dapat memenuhi tuntutan bisnis. Saat ini, pemain dalam usaha *minimarket* yang patut diperhitungkan adalah Indomaret dan Alfamart. Persaingan di antara kedua peritel ini cukup ketat, oleh karena itu harus dikelola dengan strategi yang tepat, antara lain dengan mengelola dan memaksimalkan pelanggan dengan ekuitas nilai, ekuitas merek, dan ekuitas retensi.

Dalam penelitian ini dipilih swalayan Indomaret dan Alfamart untuk dianalisis ekuitas pelanggannya. Penelitian ini dilakukan dengan cara menyebarkan kuesioner kepada konsumen yang pernah mengunjungi swalayan Indomaret dan Alfamart. Hal ini bertujuan untuk mengetahui dan membandingkan ekuitas pelanggan dari swalayan Indomaret dan Alfamart.

Dari hasil kuesioner kemudian dianalisis dengan menggunakan uji validitas konvergen dan uji reliabilitas terhadap data yang telah diperoleh dari kuesioner. Hal ini dilakukan untuk mengetahui apakah variabel-variabel dalam kuesioner sudah valid dan reliabel. Selain itu juga dilakukan uji validitas diskriminan untuk mengetahui apakah ada korelasi antar variabel-variabel yang ada dalam kuesioner.

Dalam penelitian ini digunakan metode analisis antara lain metode deskriptif yang bertujuan untuk mengetahui karakteristik demografi responden. Selain itu juga dilakukan analisis statistik dengan menggunakan uji statistik Z uji yaitu uji mean dengan dua populasi, sampel besar, dan tidak berpasangan untuk mengetahui apakah ada perbedaan antara variabel-variabel yang digunakan sebagai dasar pengukuran ekuitas pelanggan di Indomaret dan Alfamart. Setelah itu dibuat rancangan ekuitas pelanggan dengan berdasarkan *confidence interval* dengan estimasi *pooled* untuk mengukur dan membandingkan ekuitas pelanggan kedua swalayan tersebut.

Dari hasil keseluruhan diketahui bahwa untuk Indomaret didapat ekuitas nilai dengan CI 3.6528-4.3356, ekuitas merek dengan CI 3.4264-4.1574, ekuitas retensi dengan CI 3.2869-4.4769. Sedangkan untuk Alfamart didapat ekuitas nilai dengan CI 3.4416-4.1780, ekuitas merek dengan CI 3.4384-4.2152, ekuitas retensi dengan 3.2281-4.1919. Dan setelah dianalisis dengan uji statistik dapat diketahui bahwa ekuitas nilai Indomaret lebih tinggi dibanding Alfamart, sedangkan untuk ekuitas merek dan ekuitas retensi kedua swalayan ini sama. Dengan demikian dapat dibuat beberapa saran untuk mengelola ekuitas pelanggan kedua swalayan tersebut.