ABSTRAKSI

Pembahasan mengenai ritel yang menjual barang kebutuhan pokok dan perkembangannya di Indonesia yang berpenduduk 252 juta jiwa ini menjadi topik penelitian yang penting karena ritel dan perkembangannya berarti melibatkan konsumsi penduduk indonesia untuk melakukan pembelian terhadap kebutuhan hidup sehari-hari. Kinerja bisnis pada ritel tersebut diindikasikan melalui jumlah pelanggan yang dimiliki oleh ritel tersebut karena semakin banyak jumlah pelanggan berarti kemungkinan pembelian di ritel tersebut juga semakin bertambah. Tentunya persaingan pada sektor ritel memerlukan strategi keunggulan bersaing yang baik yang membuat ritel bisa bersaing dengan peritel lain. Penelitian ini hendak menganalisis pengaruh *Customer Relationship Managemenet* (CRM), Inovasi dan Penggunaan Teknologi sebagai Strategi keunggulan bersaing untuk meningkatkan kinerja bisnis.

Teknik pengambilan sampel pada penelitian ini menggunakan metode *purposive sampling*, dimana sampel dipilih berdasarkan karakteristik tertentu yang memang dibutuhkan untuk ketepatan sampel dan relevan pada penelitian ini. Penelitian ini menggunakan kuesioner yang diisi secara langsung oleh responden. Penelitian ini didistribusikan ke 113 responden yang tersebar di provinsi Jawa Tengah dan DI Yogyakarta. Teknik analisis data yang digunakan adalah Structural Equation Modelling (SEM) dengan menggunakan software AMOS 24.0 dalam model dan pengkajian hipotesis yang berjumlah enam hipoteis.

Model pengukuran eksogen dan endogen telah diuji menggunakan analisis konfimatori. Selanjutnya, model tersebut dianalisis dengan SEM untuk menguji hubungan kausalitas antar variabel-variabel yang mempengaruhi yaitu *Customer Relationship Management* , inovasi, dan Penggunaan teknologi dan dipengaruhi yaitu Keunggulan bersaing dan kinerja bisnis yang sudah memenuhi kriteria *goodness of fit* yaitu chi-square = 102,469; CMIN/DF = 1,265; Probabilitas = 0.054; GFI = 0.900; TLI = 0,945; CFI = 0.958; dan RMSEA = 0.049.hanya kriteria AGFI yang tidak memenuhi kriteria *Goodness of fit* yaitu AGFI = 0,852. Berdasarkan hasil analisis data dapat disimpulkan bahwa model tersebut dapat diterima. Dari enam hipotesis yang diuji, terdapat dua hipotesis diterima yaitu hipotesis 1, hipotesis 2 dan hipotesis 5.

Kata Kunci : *Customer Relationship Management*, Inovasi, Penggunaan Teknologi, Keunggulan Bersaing, Kinerja Bisnis