

ABSTRAK

Pengaruh Manajemen Hubungan Pelanggan (*Customer Relationship Management*) Dan Kualitas Jasa Terhadap Loyalitas Pelanggan Pada Cleo Guest House Di Kota Bandung

Kota Bandung memiliki destinasi wisata yang cukup terkenal, menyebabkan bisnis perhotelan berkembang cukup pesat. Hal ini menunjukkan bahwa perusahaan harus menggunakan sejumlah strategi pemasaran untuk memenangkan persaingan. Rumusan masalah penelitian adalah: 1) Bagaimana pengaruh manajemen hubungan pelanggan terhadap loyalitas pelanggan pada Cleo Guesthouse (Hotel). 2) Bagaimana pengaruh kualitas jasa terhadap loyalitas pelanggan pada Cleo Guesthouse (Hotel). 3) Bagaimana tingkat loyalitas pelanggan pada Cleo Guesthouse (Hotel). 4) Bagaimanana pengaruh manajemen hubungan pelanggan dan kualitas jasa terhadap loyalitas pelanggan pada Cleo Guesthouse (Hotel) secara simultan. Penelitian dilakukan pada 47 responden yang menjadi pelanggan pada Cleo Guesthouse di Kota Bandung pada periode bulan Juli 2018 sampai dengan bulan Oktober 2018.

Dalam penelitian ini penulis menggunakan metode survey dengan pendekatan deskriptif dan verifikatif. Metode ini digunakan untuk menganalisis hubungan variabel manajemen hubungan pelanggan dan kualitas jasa dengan loyalitas pelanggan. Data dalam penelitian ini termasuk dalam data primer dengan penyebaran kuisisioner. Setelah data ordinal diubah ke data interval penulis mengolah data dengan menggunakan program SPSS 16. Berdasarkan hasil penelitian maka pengaruh manajemen hubungan pelanggan dan kualitas jasa terhadap loyalitas pelanggan sangat kuat. Hal ini diketahui dari nilai Korelasi yaitu sebesar 0,729 dan nilai Koefisien Determinasi diperoleh hasil sebesar 53,1%. Ini artinya variasi variabel (Y) dijelaskan oleh variasi variabel (X₁ dan X₂) sebesar 53,1% dan sisanya sebesar 46,9% dipengaruhi oleh faktor lain yang tidak diteliti oleh penulis.

Dalam penelitian ini juga didapat persamaan Regresi Linier Berganda:

$$Y = 19,785 + 0,270 (X_1) + 0,577 (X_2) + \epsilon$$

Pengujian hipotesis diperoleh hasil bahwa dengan $\alpha = 10\%$, pada $df_1 = 2$ dan $df_2 = 45$. Maka diperoleh F_{hitung} sebesar 24,890 dan nilai F_{tabel} adalah 2,42. Ini menunjukkan bahwa F_{hitung} lebih besar dari F_{tabel} sehingga H_0 ditolak dan H_a diterima. Sedangkan uji t didapatkan hasil sebagai berikut yaitu: manajemen hubungan pelanggan ($t_{hitung} 5,850 > t_{tabel} 1,680$) maka H_0 ditolak. Kualitas jasa ($t_{hitung} 6,877 > t_{tabel} 1,680$) maka H_0 ditolak. Hal ini berarti secara keseluruhan Komponen manajemen hubungan pelanggan dan Kualitas jasa (Variabel X) berpengaruh signifikan terhadap Loyalitas pelanggan (Variabel Y) Pada Cleo Guest House di Kota Bandung.

Kata kunci : Manajemen Hubungan Pelanggan (*Customer Relationship Management*), Kualitas Jasa, Loyalitas Pelanggan.