

KATA PENGANTAR

Assalamu'alaikum Warahmatullahi Wabarakatuh,

Alhamdulillah, dengan memanjatkan puji serta syukur kehadiran Allah SWT yang telah menciptakan dan mengatur semesta alam yang senantiasa selalu melimpahkan rahmat dan karunia-Nya sehingga penulis dapat menyelesaikan laporan hasil penulisan berupa skripsi dengan judul "**Pengaruh Manajemen Hubungan Pelanggan (*Customer Relationship Management*) Dan Kualitas Jasa Terhadap Loyalitas Pelanggan pada Cleo Guest House di Kota Bandung**". Skripsi ini disusun guna memenuhi salah satu syarat untuk menempuh ujian Sarjana Ekonomi (S1) pada Jurusan Manajemen di Universitas Sangga Buana YPKP Bandung. Tidak sedikit hambatan dan kesulitan yang penulis hadapi, mengingat keterbatasan waktu, pengetahuan, dan informasi yang penulis miliki, walaupun demikian penulis terus berusaha untuk menyajikan yang terbaik, sehingga hasil yang diharapkan dapat tercapai.

Dalam menyelesaikan penelitian ini, penulis banyak mendapatkan bantuan dan bimbingan dari berbagai pihak baik secara langsung maupun tidak langsung. Sehubungan dengan itu, dengan segala kerendahan hati pada kesempatan ini penulis ingin menyampaikan terimakasih yang sebesar-besarnya kepada kedua orangtua yang sangat penulis sayangi atas dukungan, saran, semangat serta do'a dalam menyelesaikan skripsi ini.

Dalam kesempatan ini juga penulis mengucapkan banyak terimakasih kepada Mimih tersayang yang telah mendukung penulis secara moril dan materil dari kecil sampai saat ini. Dan terimakasih kepada Ibu Memi Sulaksmi,SE.,M.Si, selaku dosen pembimbing yang telah bersedia meluangkan waktu, tenaga, dan pikirannya untuk memberikan bimbingan, pengarahan, dan pengetahuan yang sangat berharga selama menyelesaikan penelitian ini.

Selain itu penulis ingin menyampaikan sara hormat dan terimakasih yang sebesar-besarnya kepada :

1. Bapak Dr. H. Asep Effendi, SE., M.Si., PIA., CfrA., selaku Rektor Universitas Sangga Buana YPKP Bandung.
2. Bapak Dr. Ir. Didin Kusdian., MT., selaku wakil Rektor I Universitas Sangga Buana YPKP Bandung.
3. Ibu Memi Sulaksmi, SE., M.Si., selaku wakil Rektor II Universitas Sangga Buana YPKP Bandung.
4. Bapak Dr. Deni Nurdyana Hadimin, Drs., M.Si., selaku wakil Rektorat III Universitas Sangga Buana YPKP Bandung.
5. Bapak Bambang Susanto, SE., M.Si., selaku Dekan Fakultas Ekonomi Universitas Sangga Buana YPKP Bandung.
6. Ibu R. Aryanti Ratnawati, SE., M.Si., selaku Wakil Dekan Fakultas Ekonomi Universitas Sangga Buana YPKP Bandung.
7. Ibu Fitria Lilyana, SE., M.Si., selaku Ketua Program Studi Jurusan Manajemen Program Pendidikan Sarjana Universitas Sangga Buana YPKP Bandung.

8. Bapak Taufik Zulfikar,SE., MM., selaku Dosen Wali Penulis selama menempuh perkuliahan di Universitas Sangga Buana YPKP Bandung.
9. Bapak Saepudin, SE., M.Si., selaku Dosen Fakultas Ekonomi Universitas Sangga Buana YPKP yang telah meluangkan waktu memberikan masukan dalam penyusunan skripsi ini.
10. Seluruh Dosen dan Staff Universitas Sangga Buana YPKP Bandung yang telah memberikan ilmu pengetahuan kepada penulis dan segenap pelayanannya selama peneliti kuliah di Universitas Sangga Buana Bandung.
11. Pimpinan Cleo Guest House Bandung beserta karyawannya yang telah memudahkan penulis dalam pengambilan data dan membantu dalam mengisi kuisioner.
12. Saudara-saudaraku yang telah mendukung dan memberikan doa, serta semangat kepada penulis.
13. Teman-temanku seperjuangan angkatan 2015 yang turut memberikan bantuan, do'a, semangat dan motivasi kepada penulis.
14. Semua pihak yang telah membantu penulis dalam menyelesaikan skripsi ini yang tidak bisa penulis sebutkan satu persatu.

Akhir kata, besar harapan penulis semoga skripsi ini dapat bermanfaat bagi penulis khususnya dan umumnya bagi semua pihak. Penulis menyadari bahwa skripsi ini masih jauh dari kata sempurna dan masih banyak kekurangan, oleh karena itu penulis mengharapkan masukan yang membangun dari para pembaca.

Bandung, 31 Agustus 2018

Penulis

Deti Indriyani

DAFTAR ISI

| | |
|---|------|
| ABTSRAK | i |
| KATA PENGANTAR | ii |
| DAFTAR ISI | vi |
| DAFTAR TABEL | x |
| DAFTAR GAMBAR | xiii |
| | |
| BAB I PENDAHULUAN | 1 |
| 1.1 Latar Belakang Penelitian..... | 1 |
| 1.2 Perumusan Masalah..... | 8 |
| 1.2.1 Identifikasi Masalah..... | 8 |
| 1.2.2 Pembatasan Masalah..... | 9 |
| 1.2.3 Rumusan Masalah..... | 9 |
| 1.3 Maksud dan Tujuan Penelitian..... | 10 |
| 1.4 Kegunaan Penelitian..... | 10 |
| 1.5 Kerangka Pemikiran dan Hipotesis..... | 12 |
| 1.5.1 Landasan Teoritis..... | 12 |
| 1.5.2 Studi Empiris..... | 19 |
| 1.5.3 Hipotesis..... | 21 |
| 1.5.4 Asumsi..... | 22 |
| 1.6 Lokasi dan waktu Penelitian..... | 23 |
| | |
| BAB II TINJAUAN PUSTAKA | 24 |
| 2.1 <i>Grand Theory</i> : Manajemen..... | 24 |
| 2.1.1 Pengertian Manajemen..... | 24 |
| 2.2.1 Fungsi Manajemen..... | 25 |

| | | |
|---|--|-----------|
| 2.2 | <i>Middle Range Theory</i> : Manajemen Pemasaran..... | 29 |
| 2.2.1 | Pengertian Manajemen Pemasaran..... | 29 |
| 2.2.2 | Pengertian Manajemen Pemasaran Jasa..... | 30 |
| 2.2.3 | Ruang Lingkup Jasa..... | 31 |
| 2.2.3.1 | Pengertian Jasa..... | 31 |
| 2.2.3.2 | Karakteristik Jasa..... | 32 |
| 2.2.3.3 | Klasifikasi Jasa..... | 33 |
| 2.2.3.4 | Dimensi-dimensi Kualitas Jasa..... | 35 |
| 2.3 | <i>Applied Theory</i> : Manajemen Hubungan Pelanggan (<i>Customer Relationship Management</i>), Kualitas Jasa dan Loyalitas Pelanggan..... | 36 |
| 2.3.1 | Pengertian Manajemen Hubungan Pelanggan..... | 36 |
| 2.3.1.1 | Elemen <i>Customer Relationship Management</i> | 37 |
| 2.3.1.2 | Konsep <i>Customer Relationship Management</i> | 38 |
| 2.3.1.3 | Manfaat <i>Customer Relationship Management</i> | 39 |
| 2.3.2 | Kualitas Jasa..... | 41 |
| 2.3.2.1 | Pengertian Kualitas Jasa..... | 41 |
| 2.3.2.2 | Strategi Kualitas Jasa..... | 42 |
| 2.3.2.3 | Pengukuran Kualitas Jasa..... | 43 |
| 2.3.3 | Loyalitas Pelayanan..... | 45 |
| 2.3.3.1 | Pengertian Loyalitas Pelayanan..... | 45 |
| 2.3.3.2 | Karakteristik Loyalitas Pelayanan..... | 46 |
| 2.3.3.3 | Tahap-Tahap Loyalitas Pelayanan..... | 47 |
| 2.3.3.4 | Faktor-faktor yang mempengaruhi Loyalitas Pelayanan..... | 48 |
| BAB III OBJEK DAN METODE PENELITIAN..... | | 51 |
| 3.1 | Objek Penelitian | 51 |
| 3.1.1 | Objek, Subjek dan Tempat Penelitian..... | 51 |
| 3.2.1 | Sejarah Singkat Cleo Guest House (Hotel)..... | 51 |

| | | |
|--|---|-----------|
| 3.3.1 | Visi, Misi dan Motto..... | 54 |
| 3.4.1 | Struktur Organisasi Cleo Guest House (Hotel)..... | 55 |
| 3.2 | Metode Penelitian..... | 56 |
| 3.2.1 | Metode yang digunakan..... | 56 |
| 3.2.2 | Jenis Penelitian..... | 57 |
| 3.3 | Jenis Data dan Sumber Data..... | 58 |
| 3.4 | Teknik Pengumpulan Data..... | 59 |
| 3.5 | Populasi dan Sampel..... | 61 |
| 3.5.1 | Populasi..... | 61 |
| 3.5.2 | Sampel..... | 61 |
| 3.6 | Operasionalisasi Variabel Penelitian..... | 63 |
| 3.7 | Uji Instrumen Penelitian..... | 66 |
| 3.7.1 | Uji Validitas..... | 66 |
| 3.7.2 | Uji Reliabilitas..... | 68 |
| 3.8 | Metode tranformasi data..... | 69 |
| 3.8.1 | Tranformasi Data Ordinal ke Interval..... | 69 |
| 3.8.2 | Uji Asumsi Klasik..... | 70 |
| 3.9 | Metode Analisis Data..... | 72 |
| 3.9.1 | Analisis Koefisien Korelasi..... | 72 |
| 3.9.2 | Analisis Regresi Linier Berganda..... | 73 |
| 3.9.3 | Analisis Koefisien Determinasi..... | 75 |
| 3.10 | Rancangan Uji Hipotesis..... | 76 |
| 3.10.1 | Uji Hipotesis..... | 76 |
| 3.10.2 | Pengujian Secara Simultan (Uji F)..... | 76 |
| 3.10.3 | Pengujian Secara Parsial (Uji t)..... | 78 |
| BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN..... | | 81 |
| 4.1 | Hasil Penelitian..... | 81 |
| 4.1.1 | Gambaran Umum Responden..... | 81 |

| | | |
|--|---|------------|
| 4.2 | Analisis Deskriptif..... | 84 |
| 4.2.1 | Analisis Tanggapan Responden Tentang Crm (X_1)..... | 84 |
| 4.2.2 | Analisis Tanggapan Responden Tentang Kualitas Jasa (X_2)..... | 94 |
| 4.2.3 | Analisis Tanggapan Responden Tentang Loyalitas Pelanggan (Y)..... | 105 |
| 4.3 | Pengaruh Manajemen Hubungan Pelanggan (Crm) Dan Kualitas Jasa Terhadap Loyalitas Pelanggan Pada Cleo Guestb House..... | 118 |
| 4.3.1 | Pengujian Kualitas Instrumen Penelitian..... | 118 |
| 4.3.1.1 | Uji Validitas..... | 118 |
| 4.3.1.2 | Uji Reliabilitas..... | 121 |
| 4.3.2 | Uji Asumsi Klasik..... | 123 |
| 4.3.2.1 | Uji Normalitas..... | 123 |
| 4.3.2.2 | Uji Multikolonierilitas..... | 125 |
| 4.3.2.3 | Uji Autokorelasi..... | 126 |
| 4.3.2.4 | Uji Heteroskedastisitas..... | 127 |
| 4.3.3 | Analisis Koefisien Korelasi..... | 129 |
| 4.3.4 | Analisis Regresi Linier Berganda..... | 130 |
| 4.3.5 | Analisis Koefisien Determinasi..... | 132 |
| 4.3.6 | Uji Hipotesis..... | 133 |
| 4.3.6.1 | Pengujian Secara Simultan (Uji-F)..... | 133 |
| 4.3.6.2 | Pengujian Secara Parsial (Uji-T)..... | 135 |
| BAB V KESIMPULAN DAN SARAN..... | | 140 |
| 5.1 | Kesimpulan..... | 140 |
| 5.2 | Saran..... | 145 |
| 5.2.1 | Saran Teoritis..... | 145 |
| 5.2.2 | Saran Praktis..... | 145 |
| DAFTAR PUSTAKA..... | | 148 |
| LAMPIRAN | | |

DAFTAR TABEL

| | | |
|------------|--|----|
| Tabel 1.1 | Jumlah Hotel dan Kamar Berdasarkan Klasifikasi di Kota Bandung..... | 1 |
| Tabel 1.2 | Data Pengunjung Cleo Guest House Bandung Lima Tahun Terakhir..... | 5 |
| Tabel 1.3 | Keluhan-Keluhan Dari Pelanggan Cleo Guest House (Hotel)..... | 18 |
| Tabel 1.4 | Penelitian Terdahulu..... | 19 |
| Tabel 1.5 | Waktu Penelitian..... | 23 |
| Tabel 3.1 | Skala Likert..... | 60 |
| Tabel 3.2 | Operasionalisasi Variabel Penelitian..... | 64 |
| Tabel 3.3 | Interprestasi Nilai Koefisien Korelasi..... | 73 |
| Tabel 3.4 | Korelasi Determinasi..... | 75 |
| Tabel 4.1 | Jenis Kelamin Responden..... | 82 |
| Tabel 4.2 | Usia Responden..... | 82 |
| Tabel 4.3 | Pendidikan Responden..... | 83 |
| Tabel 4.4 | Pekerjaan Responden..... | 84 |
| Tabel 4.5 | Pengelolaan Hotel Sesuai Sop Dan Sdm Yang Profesional..... | 85 |
| Tabel 4.6 | Budaya Perusahaan Hotel Cleo Guest House..... | 86 |
| Tabel 4.7 | Karyawan Mampu Menjaga Hubungan Baik Dengan Pelanggan..... | 87 |
| Tabel 4.8 | Karyawan Cakap/Mampu Dalam Bekerja..... | 88 |
| Tabel 4.9 | Penerimaan Pelayanan Dengan Baik..... | 88 |
| Tabel 4.10 | Penanganan Keluhan Pelanggan Dengan Cepat..... | 89 |
| Tabel 4.11 | Layanan Sosial Media Hotel Cleo Guest House..... | 90 |
| Tabel 4.12 | Pengelolaan Web Selalu Aktif Dan <i>Up Todate</i> | 91 |
| Tabel 4.13 | Jumlah Skor Variabel <i>Customer Relationship Management (X₁)</i> | 92 |
| Tabel 4.14 | Interprestasi Skor Interval..... | 93 |
| Tabel 4.15 | Daya Tarik Fasilitas Fisik..... | 95 |

| | |
|---|-----|
| Tabel 4.16 Cleo Guest House Adalah Tempat Penginapan Yang Strategis..... | 96 |
| Tabel 4.17 Cleo Guest House Dapat Dipercaya..... | 96 |
| Tabel 4.18 Membuat Catatan Dengan Akurat..... | 97 |
| Tabel 4.19 Cepat Dalam Memberikan Pelayanan..... | 98 |
| Tabel 4.20 Selalu Bersedia Membantu Pelanggan..... | 98 |
| Tabel 4.21 Pelanggan Dapat Mempercayai Karyawan Hotel..... | 99 |
| Tabel 4.22 Aman Dalam Melakukan Transaksi..... | 100 |
| Tabel 4.23 Memberikan Perhatian Secara Individu Kepada Pelanggan..... | 101 |
| Tabel 4.24 Mudah Dalam Menghubungi Resepsionis..... | 101 |
| Tabel 4.25 Jumlah Skor Variabel Kualitas Jasa (X_2)..... | 102 |
| Tabel 4.26 Interpretasi Skor Interval..... | 104 |
| Tabel 4.27 Komitmen Merupakan Hak Pelanggan..... | 105 |
| Tabel 4.28 Tujuan Hotel Akan Tercapai Dengan Komitmen Yang Baik..... | 106 |
| Tabel 4.29 Pelayanan Yang Baik Dapat Meningkatkan Kepuasan..... | 107 |
| Tabel 4.30 Kepuasan Dapat Tercapai Dengan Memberikan <i>Reward</i> | 107 |
| Tabel 4.31 Pelanggan Tidak Tertarik Dengan Hotel Lain..... | 108 |
| Tabel 4.32 Pelanggan Dapat Menjaga Nama Baik Hotel..... | 109 |
| Tabel 4.33 Reservasi Online Memudahkan Bagi Pelanggan..... | 110 |
| Tabel 4.34 Memberikan Kemudahan Chek-In Kepada Pelanggan..... | 111 |
| Tabel 4.35 Citra Yang Baik Dapat Meningkatkan Nilai Pelanggan..... | 112 |
| Tabel 4.36 Hubungan Yang Baik Dapat Meningkatkan Nilai Pelanggan..... | 112 |
| Tabel 4.37 Merekomendasikan Hotel Kepada Orang Lain..... | 113 |
| Tabel 4.38 Rekomendasi Dapat Meningkatkan Pelanggan..... | 114 |
| Tabel 4.39 Jumlah Skor Variabel Loyalitas Pelanggan (Y)..... | 115 |
| Tabel 4.40 Interpretasi Skor Interval..... | 117 |
| Tabel 4.41 Validitas Variabel <i>Customer Relationship Management</i> (X_1)..... | 118 |
| Tabel 4.42 Validitas Variabel Kualitas Jasa (X_2)..... | 119 |
| Tabel 4.43 Validitas Variabel Loyalitas Pelanggan (Y)..... | 120 |
| Tabel 4.44 Reliabilitas Variabel <i>Customer Relationship Management</i> (X_1)..... | 121 |

| | | |
|------------|--|-----|
| Tabel 4.45 | Reliabilitas Variabel Kualitas Jasa (X_2)..... | 122 |
| Tabel 4.46 | Reliabilitas Variabel Loyalitas Pelanggan (Y)..... | 122 |
| Tabel 4.47 | Hasil Uji Normalitas Metode Grafik..... | 124 |
| Tabel 4.48 | Hasil Uji Normalitas Metode <i>One Sample Kolmogorov Smirnov</i> | 125 |
| Tabel 4.49 | Hasil Uji Multikolonierilitas..... | 126 |
| Tabel 4.50 | Hasil Uji Autokorelasi..... | 127 |
| Tabel 4.51 | Hasil Uji Heteroskedastisitas..... | 128 |
| Tabel 4.52 | Hasil Analisis Koefisien Korelasi Total..... | 129 |
| Tabel 4.53 | Hasil Analisis Koefisien Korelasi Parsial..... | 130 |
| Tabel 4.54 | Hasil Analisis Regresi Linier Berganda..... | 131 |
| Tabel 4.55 | Hasil Analisis Koefisien Determinasi..... | 132 |
| Tabel 4.56 | Hasil Uji-F..... | 135 |
| Tabel 4.57 | Hasil Uji-T X_1 Terhadap Y..... | 137 |
| Tabel 4.58 | Hasil Uji-T X_2 Terhadap Y..... | 139 |

DAFTAR GAMBAR

| | | |
|------------|--|-----|
| Gambar 1.1 | Paradigma Penelitian..... | 18 |
| Gambar 3.1 | Struktur Organisasi Cleo Guest House (Hotel)..... | 55 |
| Gambar 3.2 | Grafik F-Hitung..... | 77 |
| Gambar 3.3 | Daerah Tolak H_0 Uji-t..... | 79 |
| Gambar 4.1 | <i>Customer Relationship Management</i> (X_1)..... | 94 |
| Gambar 4.2 | Kualitas Jasa (X_2)..... | 104 |
| Gambar 4.3 | Loyalitas Pelanggan (Y)..... | 117 |
| Gambar 4.4 | Grafik Uji-F..... | 134 |
| Gambar 4.5 | Daerah Tolak H_0 Uji-t..... | 136 |
| Gambar 4.6 | Daerah Tolak H_0 Uji-t..... | 138 |

DAFTAR PUSTAKA

1. Sumber Buku

- Assauri, Sofjan.2013.Manajemen Pemasaran. Jakarta:Rajawali Pers.
- Buchori, Alma.2013.Manajmenen Pemasaran dan Pemasaran Jasa. Bandung: Alfabeta.
- Daryanto,2014.Manajemen Pemasaran, Cetakan 1, PT Sarana Tutorian Nurani Sejahtera. Bandung.
- Fandy Tjiptono.2013.Strategi Pemasaran, Edisi Ketiga.Yogyakarta: PT. Andi Offset.
- _____.2014.Pemasaran Jasa-Prinsip,Penerapan,Penelitian. Andi: Yogyakarta.
- Francis Buttle, Alih Bahasa Subiyanto, A.2014.*Customer Relationship Management (Manajemen Hubungan Pelanggan): Concepts and Tools*. Bayu Media Publishing.
- Hasibun, Malayu.2016.Manajemen Sumber Daya Manusia. Jakarta: PT. BumiAksara.
- Hurriyati, R, 2015. Bauran Pemasaran dan Loyalitas Konsumen. Jakarta: Alfabeta CV.
- Lupiyoadi, R.2013.Manajemen Pemasaran Jasa. Jakarta: Salemba Empat.
- _____.2014.Manajemen Pemasaran Jasa, Jakarta: Salemba Empat.
- Manap, Abdul.2016. Revolusi Manajemen Pemasaran. Edisi Pertama. Jakarta: Mitra Wacana Media.
- Priyatno, Duwi.2014. SPSS 22 Pengolah Data Terpraktis. Yogyakarta: ANDI OFFSET.
- Rambat, Lupiyoadi.2013.Manajemen Pemasaran Jasa Berbasis Kompetensi, edisi ke-tiga. Jakarta: Salemba Empat.
- Siregar Syofian.2013. Metode Peneltian Kuantitatif. Jakarta: PT Fajar Inter Pratama Mandiri.

Sugiyono.2013. Metode penelitian Kuantitatif, Kualitatif dan R&D, cetakan ke-19. Bandung: Alfabeta.

_____.2014. Metode Penelitian Bisnis. Bandung: Alfabeta.

_____.2015. Metode Penelitian Kuantitatif Kualitatif dan R&D, cetakan ke-22. Bandung:Alfabeta.

Vanesa Gaffar.2015. *Customer Relationship Management and Marketing Public Relations*. Bandung: Alfabeta.

2. Sumber Jurnal/Skripsi

Arnoldus Janssen. 2014. “*Pengaruh Customer Relationship Management (CRM) Dan Kualitas Layanan Terhadap Loyalitas Pelanggan Pada Karaoke Keluarga Happy Puppy Di Surabaya*”. Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi Perbanas Surayaba.

Wisdha Ratih Trisnawati Wijayanti.2014. “Pengaruh Kualitas Layanan Dan Manajemn Hubungan Pelanggan Terhadap Loyalitas Pelanggan (Studi Pada Konsumen Larissa Aesthetic Center Semarang)”. Universitas Dian Nuswanto.

Biyana Hermawan. 2010. “Pengaruh Penerapan *Customer Relationship Management (CRM)* Terhadap Loyalitas Pelanggan PT. Bank Mandiri Tbk. Cabang Braga Bandung. Universitas Widyatama Bandung.

Tria Restiani. 2014. “Pengaruh *Customer Relationship Management (CRM)* Terhadap Loyalitas Nasabah Simpedes pada BRI Unit Arcamanik”. Universitas Sangga Buana YPKP Bandung.

Zainal Wahyu Efendi. 2018. “Pengaruh Kualitas Pelayanan dan Promosi Terhadap Loyalitas Konsumen (studi pada PT. Astra Otoparts Divisi Retail SHOP&DRIVE Cabang Abdurahman Sumedang)”. Universitas Sangga Buana YPKP Bandung.