

**PENGARUH CUSTOMER RELATIONSHIP MANAGEMENT
TERHADAP LOYALITAS PELANGGAN
HOTEL CIPUTRA JAKARTA**

SKRIPSI

Nama : Heri Wahyudin

NIM : 43106120152



**FAKULTAS EKONOMI
UNIVERSITAS MERCUBUANA
JAKARTA
2011**

**PENGARUH CUSTOMER RELATIONSHIP MANAGEMENT
TERHADAP LOYALITAS PELANGGAN
HOTEL CIPUTRA JAKARTA**

**SKRIPSI
Diajukan Sebagai Salah Satu Syarat Untuk Memperoleh Gelar
SARJANA EKONOMI
Program Studi Manajemen - Strata 1**

Nama : Heri Wahyudin

NIM : 43106120152



**FAKULTAS EKONOMI
UNIVERSITAS MERCUBUANA
JAKARTA
2011**

SURAT PERNYATAAN KARYA SENDIRI

Yang bertanda tangan di bawah ini :

Nama : Heri Wahyudin

NIM : 43106120152

Program Studi : Manajemen

Menyatakan bahwa skripsi ini adalah murni hasil karya sendiri. Apabila saya mengutip dari karya orang lain, maka saya mencantumkan sesuai dengan ketentuan yang berlaku. Saya bersedia dikenai sanksi pembatalan skripsi ini apabila terbukti melakukan tindakan plagiat (penjiplakan).

Demikian pernyataan ini saya buat dengan sebenarnya.

Jakarta, 21 Februari 2011

(Heri Wahyudin)

NIM 43106120152

LEMBAR PENGESAHAN SKRIPSI

Nama : Heri Wahyudin
NIM : 43106120152
Program Studi : Manajemen
Judul Skripsi : Pengaruh Customer Relationship Management
terhadap Loyalitas Pelanggan Hotel Ciputra Jakarta
Tanggal Lulus Ujian : 22 Maret 2011

Disahkan Oleh :
Pembimbing Skripsi

(Ir. Zulfitri, M.Si. MM.)

Tanggal :

Dekan,

Ketua Program Studi Manajemen – S1

(DR Enny Ariyanto, S.E. M.Si)

(Arief Bowo Prayoga Kasmu, S.E. MM.)

Tanggal :

Tanggal :

LEMBAR PENGESAHAN DEWAN PENGUJI

Skripsi

PENGARUH CUSTOMER RELATIONSHIP MANAGEMENT

TERHADAP LOYALITAS PELANGGAN

HOTEL CIPUTRA JAKARTA

Dipersiapkan dan disusun oleh :

Heri Wahyudin

43106120152

Telah Dipertahankan Di Depan Dewan Penguji pada Tanggal 22 Maret 2011

Susunan Dewan Penguji :

Ketua Penguji / Pembimbing Skripsi

(Ir. Zulfitri, M.Si. MM.)

Anggota Dewan Penguji

(Arief Bowo Prayoga Kasmu, S.E. MM.)

Anggota Dewan Penguji

(Dr. Ir. Cecep Winata, M.Si.)

KATA PENGANTAR

Segala puji dan syukur penulis panjatkan kepada Allah SWT yang telah memberikan segala rahmatnya kepada penulis, sehingga penulis dapat menyelesaikan skripsi ini dengan judul “Pengaruh Customer Relationship Management terhadap Loyalitas Pelanggan Hotel Ciputra Jakarta.”. Penulis menyadari bahwa skripsi ini tidak akan dapat selesai jika tanpa bantuan dan dukungan dari berbagai pihak. Untuk itu dalam hal ini penulis akan menyampaikan ucapan syukur dan terimakasih kepada:

1. Bapak DR Arisetyanto Nugroho selaku rektor Universitas Mercu Buana.
2. Bapak DR Enny Ariyanto, S.E. M.Si selaku dekan Fakultas Ekonomi Universitas Mercu Buana.
3. Bapak Arief Bowo Prayoga Kasmu, S.E. MM. selaku Ketua Jurusan Manajemen Universitas Mercu Buana
4. Bapak Ir. Zulfitri, M.Si. MM. selaku dosen pembimbing yang telah menyediakan waktu untuk memberikan saran dan masukan yang berguna bagi penulis selama menyusun skripsi ini.
5. Orangtua dan keluarga yang selalu memberikan doa, dukungan dan memotivasi penulis.
6. Staf pengajar dan karyawan Universitas Mercu Buana yang telah membantu penulis selama menjadi mahasiswa.

7. Para pelanggan korporat Hotel Ciputra Jakarta yang telah bersedia meluangkan waktu untuk mengisi kuesioner dan mendukung keberhasilan skripsi ini.
8. Teman-teman di Universitas Mercu Buana Jurusan Manajemen yang telah memberikan dukungan kepada penulis selama ini.

Akhir kata, dengan segala kerendahan hati, penulis memohon maaf apabila terdapat kekurangan dalam penelitian ini. Kritik dan saran untuk kesempurnaan skripsi ini selalu penulis harapkan.

Jakarta, 21 Februari 2011

Heri Wahyudin

NIM 43106120152

DAFTAR ISI

HALAMAN SAMPUL	i
HALAMAN JUDUL	ii
HALAMAN PERNYATAAN KARYA SENDIRI	iii
HALAMAN PENGESAHAN PEMBIMBING SKRIPSI	iv
HALAMAN PENGESAHAN DEWAN PENGUJI	v
KATA PENGANTAR	vi
DAFTAR ISI	viii
DAFTAR TABEL	xi
DAFTAR GAMBAR	xiv
DAFTAR LAMPIRAN	xv
ABSTRAK	xvi
BAB I PENDAHULUAN	
1.1 Latar Belakang Penelitian.....	1
1.2 Rumusan Masalah	5
1.3 Batasan Masalah	5
1.4 Tujuan dan Manfaat Penelitian	6
BAB II LANDASAN TEORI	
2.1 Konsep Pemasaran.....	8
2.2 Bauran Pemasaran.....	11
2.3 Pelayanan/Jasa.....	16
2.3.1 Definisi Pelayanan/Jasa.....	16

2.3.2	Karakteristik Jasa.....	17
2.4	<i>Customer Relationship Management</i>	18
2.4.1	Pengertian <i>Customer Relationship Management</i>	18
2.4.2	Tiga tahapan CRM	20
2.4.3	Dasar-Dasar <i>Customer Relationship Management</i>	21
2.4.4	Tujuan CRM	22
2.4.5	Manfaat CRM	23
2.5	Loyalitas Pelanggan.....	24
2.5.1	Membentuk Ikatan Pelanggan Yang Kuat.....	26
2.5.2	Cara Meningkatkan Loyalitas Pelanggan.....	27
2.5.3	Kategori Loyalitas Pelanggan.....	28
2.5.4	Dimensi Loyalitas Pelanggan	28
2.6	Pengaruh <i>Customer Relationship Management</i> terhadap Loyalitas Pelanggan	29

BAB III METODOLOGI PENELITIAN

3.1	Objek Penelitian.....	31
3.1.1	Lokasi Penelitian.....	31
3.1.2	Gambaran Umum.....	31
3.1.3	Visi dan Misi Perusahaan	32
3.1.4	Struktur Organisasi	33
3.2	Desain Penelitian	33
3.3	Hipotesis	34
3.4	Variabel dan Skala Pengukuran.....	34

3.4.1	Skala Pengukuran	34
3.4.2	Definisi Operasional Variabel	35
3.5	Metode Pengumpulan Data	36
3.6	Jenis Data	36
3.7	Populasi dan Sampel Penelitian.....	37
3.8	Metode Analisis Data	38
3.8.1	Analisis Deskriptif	38
3.8.2	Regresi Linear Berganda	39
BAB IV ANALISIS DAN PEMBAHASAN		
4.1	Karakteristik Pelanggan.....	41
4.1.1	Lamanya Menjadi Pelanggan Hotel Ciputra Jakarta.....	41
4.1.2	Keperluan Menggunakan Jasa Hotel Ciputra Jakarta	42
4.2	Analisis Customer Relationship Management Hotel Ciputra Jakarta	43
4.3	Analisis Loyalitas Pelanggan Hotel Ciputra Jakarta	51
4.4	Analisis Regresi	59
4.4.1	Analisis Model dan Persamaan Regresi	59
4.4.2	Pengujian Hipotesis	61
BAB V SIMPULAN DAN SARAN		
5.1	Simpulan	63
5.2	Saran	64
DAFTAR PUSTAKA		65

DAFTAR TABEL

	Halaman
Tabel 3.1	Definisi Operasional Variabel Customer Relationship Management 35
Tabel 3.2	Definisi Operasional Variabel Loyalitas Pelanggan..... 36
Tabel 4.1	Lamanya Menjadi Pelanggan Hotel Ciputra Jakarta 41
Tabel 4.2	Keperluan Menggunakan Jasa Hotel Ciputra Jakarta 42
Tabel 4.3	Tanggapan Responden Terhadap Pernyataan Dengan Adanya Program Customer Relationship Management, Pelanggan Merasa Dilayani Lebih Baik 44
Tabel 4.4	Tanggapan Responden Terhadap Pernyataan Pelanggan Mendapatkan Penawaran Lebih Menarik Sejak Adanya Program Customer Relationship Management..... 45
Tabel 4.5	Tanggapan Responden Terhadap Pernyataan Pelanggan Mendapatkan Tarif Lebih Murah 46
Tabel 4.6	Tanggapan Responden Terhadap Pernyataan Pelanggan Mendapatkan Kemudahan Layanan..... 47
Tabel 4.7	Tanggapan Responden Terhadap Pernyataan Pelanggan Mendapatkan Kemudahan Transaksi Saat Menggunakan Jasa Hotel Ciputra Jakarta 48
Tabel 4.8	Hasil Perhitungan Frekuensi Variabel Customer Relationship Management..... 49

Tabel 4.9	Tanggapan Responden Terhadap Pernyataan Pelanggan Membicarakan Hal-Hal Yang Positif Mengenai Kualitas Jasa Hotel Ciputra Jakarta Kepada Orang Lain.....	52
Tabel 4.10	Tanggapan Responden Terhadap Pernyataan Merekomendasikan Jasa Hotel Ciputra Jakarta Kepada Orang Lain.....	53
Tabel 4.11	Tanggapan Responden Terhadap Pernyataan Mendorong Teman atau Relasi Bisnis Untuk Berbisnis Dengan Hotel Ciputra Jakarta.....	54
Tabel 4.12	Tanggapan Responden Terhadap Pernyataan Mempertimbangkan Hotel Ciputra Jakarta Sebagai Pilihan Pertama Dalam Menggunakan Jasa Perhotelan	55
Tabel 4.13	Tanggapan Responden Terhadap Pernyataan Melakukan Bisnis Lebih Banyak Pada Waktu Mendatang Di Hotel Ciputra Jakarta.....	56
Tabel 4.14	Hasil Perhitungan Frekuensi Loyalitas Pelanggan.....	57
Tabel 4.15	Model Summary.....	59
Tabel 4.16	Coefficients	60

DAFTAR GAMBAR

	Halaman
Gambar 4.1	Kurva pengujian hipotesis..... 61

DAFTAR LAMPIRAN

	Halaman
Lampiran 1	Input Jawaban Kuesioner Bagian Karakteristik Responden 67
Lampiran 2	Input Data Kuesioner Variabel Customer Relationship Management (X) 69
Lampiran 3	Input Data Kuesioner Variabel Loyalitas Pelanggan (Y) 71
Lampiran 4	Input Jawaban Kuesioner Untuk Perhitungan Regresi Linear 73
Lampiran 5	Perhitungan SPSS Output Frekuensi Karakteristik Responden 75
Lampiran 6	Perhitungan SPSS Output Frekuensi Variabel Customer Relationship Management 76
Lampiran 7	Perhitungan SPSS Output Frekuensi Variabel Loyalitas Pelanggan 78
Lampiran 8	Perhitungan SPSS Output Regresi Linear 80
Lampiran 9	Tabel T 81
Lampiran 10	Kuesioner 82

ABSTRAK

Penelitian ini membahas mengenai pengaruh Customer Relationship Management terhadap loyalitas pelanggan Hotel Ciputra Jakarta. Responden yang terlibat dalam penelitian ini adalah 76 orang pelanggan Hotel Ciputra Jakarta, dimana metode pengumpulan data sampel yang digunakan adalah *convenience sampling*. Data diperoleh melalui penyebaran kuesioner dan metode analisis data yang digunakan adalah regresi linear dengan menggunakan program SPSS.

Hasil pengujian hipotesis menunjukkan terdapat pengaruh Customer Relationship Management terhadap loyalitas pelanggan Hotel Ciputra Jakarta.

Kata kunci: Customer Relationship Management, loyalitas pelanggan, hotel.