

**PENERAPAN *CUSTOMER RELATIONSHIP MANAGEMENT* SEBAGAI
UPAYA MENINGKATKAN LOYALITAS PELANGGAN
(Studi Pada Hotel *Seven Dream Syariah Jember*)**

SKRIPSI

**Diajukan untuk memenuhi salah satu syarat
memperoleh gelar Sarjana Manajemen**



Oleh:

**Dhea Ayu Permata
NIM 1510411376**

**PROGRAM STUDI MANAJEMEN
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS
UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH JEMBER
2019**

**PENERAPAN *CUSTOMER RELATIONSHIP MANAGEMENT* SEBAGAI
UPAYA MENINGKATKAN LOYALITAS PELANGGAN
(Studi Pada Hotel *Seven Dream Syariah Jember*)**

SKRIPSI

**Diajukan untuk memenuhi salah satu syarat
memperoleh gelar Sarjana Manajemen**



Oleh:

**Dhea Ayu Permata
NIM 1510411376**

**PROGRAM STUDI MANAJEMEN
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS
UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH JEMBER
2019**

PERNYATAAN

Saya yang bertanda tangan di bawah ini:

Nama : Dhea Ayu Permata
NIM : 1510411376
Prodi : Manajemen

Menyatakan dengan sebenar-benarnya bahwa karya ilmiah berupa skripsi yang berjudul: Penerapan *Customer Relationship Management* Sebagai Upaya Meningkatkan Loyalitas Pelanggan (Studi Pada Hotel *Seven Dream* Syariah Jember); Adalah hasil karya sendiri. Kecuali jika dalam beberapa kutipan substansi telah saya sebutkan sumbernya. Belum pernah diajukan pada institusi manapun, serta bukan karya plagiat atau jiplakan. Saya bertanggung jawab atas keaslian, keabsahan, dan kebenaran isinya sesuai dengan sikap ilmiah.

Demikian pernyataan ini saya buat dengan sebenarnya, tanpa adanya tekanan dan paksaan dari pihak manapun serta saya bersedia memperoleh sanksi akademik dan siap dituntut di muka hukum, jika ternyata di kemudian hari ada pihak-pihak yang dirugikan dari pernyataan yang tidak benar tersebut.

Jember, Juni 2019

Yang menyatakan,

Materai
6000

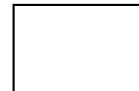
Dhea Ayu Permata
NIM. 1510411376

SKRIPSI

PENERAPAN *CUSTOMER RELATIONSHIP MANAGEMENT* SEBAGAI
UPAYA MENINGKATKAN LOYALITAS PELANGGAN
(Studi Pada Hotel *Seven Dream* Syariah Jember)



Dosen Pendamping Utama : Feti Fatimah. SE., MM



Dosen Pembimbing Pendamping : Akhmad Fahrur Rozi, SE., MM



PENGESAHAN

Skripsi berjudul; Penerapan *Customer Relationship Management* Sebagai Upaya Meningkatkan Loyalitas Pelanggan (Studi Pada Hotel *Seven Dream* Syariah Jember), telah diuji dan disahkan oleh Fakultas Ekonomi Universitas Muhammadiyah Jember pada:

Hari :

Tanggal :

Tempat : Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Muhammadiyah Jember

Tim Penguji,

Drs. M. Naely Azhad, MSi
NIP 19661 231 1990 03 1006

Anggota 1,

Anggota 2,

Feti Fatimah. SE., MM
NPK 07 09 622

Akhmad Fahrur Rozi, SE., MM
NIP 1990201 1 1703798

Mengesahkan:

Dekan,

Ketua Jurusan,

Dr. Arik Susbiyani, MSi
NPK 01 09 289

Haris Hermawan. SE., MM
NPK 15 03 640

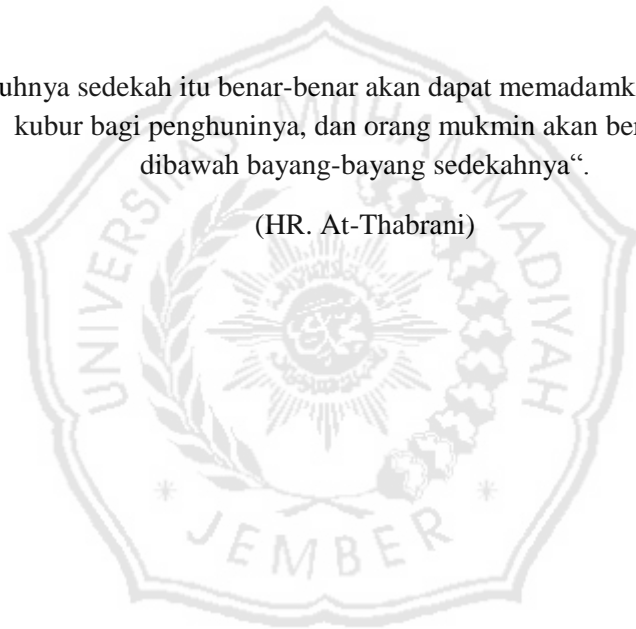
MOTTO

“Perumpamaan orang-orang yang mendermakan (shodaqoh) harta bendanya di jalan Allah, seperti (orang yang menanam) sebutir biji yang menumbuhkan tujuh untai dan tiap-tiap untai terdapat seratus biji dan Allah melipat gandakan (balasan) kepada orang yang dikehendaki, dan Allah Maha Luas (anugrahNya) lagi Maha Mengetahui“.

(QS. Al-Baqoroh: 261)

“Sesungguhnya sedekah itu benar-benar akan dapat memadamkan panasnya alam kubur bagi penghuninya, dan orang mukmin akan bernaung dibawah bayang-bayang sedekahnya“.

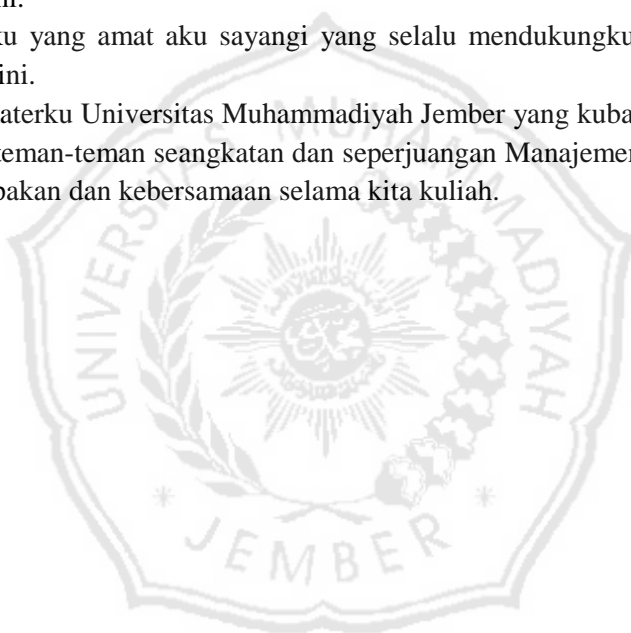
(HR. At-Thabrani)



PERSEMBAHAN

Alhamdulillah puji syukur aku panjatkan kepada Allah SWT yang telah melimpahkan segala nikmat kesehatan, pemahaman dan kasih-Nya kepadaku dalam mengerjakan skripsi ini, tidak lupa aku ucapkan banyak-banyak terima kasih kepada semua yang telah membantu aku di dalam menyelesaikan skripsi ini, diantaranya:

1. Orang tuaku tercinta, Bapak dan Ibukku yang selama ini mendidik dan membimbingku dan tiada henti-hentinya menyayangiku. Dan selalu menuntun ke jalan dunia dan akhirat. Mereka merupakan inspirasiku untuk melangkah dalam hidup ini.
2. Kakakku yang amat aku sayangi yang selalu mendukungku sampai selesainya skripsi ini.
3. Almamaterku Universitas Muhammadiyah Jember yang kubanggakan.
4. Untuk teman-teman seangkatan dan seperjuangan Manajemen 2015 terima kasih kekompakan dan kebersamaan selama kita kuliah.



KATA PENGANTAR

Assalamu'alaikum warahmatullahi wabarakatuh.

Alhamdulillahirabbilalamin, banyak nikmat yang Allah berikan, tetapi sedikit sekali yang kita ingat. Segala puji hanya layak untuk Allah Tuhan seru sekalian alam atas segala berkah, rahmat, taufik, serta hidayah-Nya yang tiada terkira besarnya, sehingga penulis dapat menyelesaikan skripsi dengan judul ”Penerapan *Customer Relationship Management* Sebagai Upaya Meningkatkan Loyalitas Pelanggan (Studi Pada Hotel *Seven Dream* Syariah Jember)”.

Maksud dan tujuan dari penulisan dan penyusunan skripsi ini untuk memenuhi salah satu syarat dalam memperoleh gelar Sarjana Manajemen (SM) pada Program Studi Ekonomi (S1) Fakultas Ekonomi Universitas Muhammadiyah Jember. Dalam penyusunannya, penulis memperoleh banyak bantuan dari berbagai pihak, karena itu penulis mengucapkan terimakasih yang sebesar-besarnya kepada:

1. Dr, Arik Susbiyani, MSi, selaku Dekan Fakultas Ekonomi Universitas Muhammadiyah Jember yang telah memberikan ijin penelitian kepada penulis.
2. Haris Hermawan. SE., MM, selaku Ketua Program Studi Manajemen Fakultas Ekonomi Universitas Muhammadiyah Jember yang telah memberikan ijin penelitian kepada penulis.
3. Feti Fatimah. SE., MM, selaku dosen pembimbing I dan Akhmad Fahrur Rozi, SE., MM, selaku dosen pembimbing II yang telah memberikan bimbingan, saran, bantuan dan pengarahan hingga tersusunnya skripsi ini.
4. Drs. M. Naely Azhad, MSi, selaku dosen penguji skripsi yang bersedia memberikan saran, bimbingan, dan arahan yang bermanfaat demi kesempurnaan skripsi ini.
5. Seluruh Staf Pengajar/dosen Fakultas Ekonomi Universitas Muhammadiyah Jember yang telah memberikan segenap ilmunya kepada penulis, khususnya Staf Pengajar Jurusan Manajemen.
6. Kedua orang tua tercinta, untuk semua cinta yang mengagumkan, doa, integritas, dukungan, dan perhatiannya yang tak terbatas. Terimakasih untuk segalanya, baru ini yang bisa saya persembahkan, semoga menjadi awal yang baik.
7. Saudara-saudaraku, atas dukungan dan doanya, semoga kalian sukses dalam menjalani hidup.
8. Teman-teman seperjuangan Prodi Manajemen angkatan 2015 yang telah memberikan semangat dan dukungan.

9. Semua pihak yang tidak bisa disebutkan semua namanya yang telah membantu penulis dalam menyelesaikan skripsi ini.

Dari sanalah semua kesuksesan ini berawal, semoga semua ini bisa memberikan sedikit kebahagiaan dan menuntun pada langkah yang lebih baik lagi. Meskipun penulis berharap isi dari skripsi ini bebas dari kekurangan dan kesalahan, namun selalu ada yang kurang. Oleh karena itu, penulis mengharapkan kritik dan saran yang membangun agar skripsi ini dapat lebih baik lagi. Akhir kata penulis berharap agar skripsi ini bermanfaat bagi semua pembaca.

Jember, Juni 2019
Penyusun

Dhea Ayu Permata



DAFTAR ISI

HALAMAN SAMPUL	
HALAMAN JUDUL	i
HALAMAN PERNYATAAN	ii
HALAMAN PEMBIMBINGAN	iii
HALAMAN PENGESAHAN	iv
MOTTO	v
PERSEMBAHAN	vi
ABSTRAK	vii
KATA PENGANTAR	ix
DAFTAR ISI	xi
DAFTAR TABEL	xiv
DAFTAR GAMBAR	xv
DAFTAR LAMPIRAN	xvii
BAB 1 PENDAHULUAN	1
1.1 Latar Belakang	1
1.2 Rumusan Masalah	5
1.3 Tujuan Penelitian	5
1.4 Manfaat Penelitian	5
BAB 2 TINJAUAN PUSTAKA	6
2.1 Tinjauan Teori	6
2.1.1 Manajemen Pemasaran	6
2.1.2 Kepuasan Pelanggan	7
2.1.3 <i>Customer Relationship Management (CRM)</i>	7
2.1.4 Loyalitas Pelanggan	14
2.2 Tinjauan Penelitian Terdahulu	17
2.3 Kerangka Konseptual	17
2.4 Hipotesis Penelitian	19
BAB 3 METODE PENELITIAN	22
3.1 Identifikasi Variabel	22
3.2 Definisi Operasional Variabel	23
3.2.1 <i>Continuity Marketing (X₁)</i>	23
3.2.2 <i>One to One Marketing (X₂)</i>	24
3.2.3 <i>Partnering Program (X₃)</i>	25

3.2.4 Loyalitas Pelanggan (Y)	26
3.3 Desain Penelitian	26
3.4 Populasi dan Sampel	27
3.5 Jenis dan Sumber Data	28
3.6 Teknik Pengumpulan Data	28
3.7 Teknik Analisis Data	29
3.7.1 Uji Statistik Deskriptif	29
3.7.2 Uji Instrumen Data	29
3.7.3 Uji Asumsi Klasik	30
3.7.4 Analisis Regresi Linier Berganda	32
3.7.5 Uji Uji Hipotesis	32
3.7.6 Koefisien Determinasi (R^2)	33
BAB 4 HASIL DAN PEMBAHASAN	35
4.1 Gambaran Umum Objek Penelitian	35
4.1.1 Sejarah Singkat Perusahaan	35
4.1.2 Struktur Organisasi	35
4.1.3 Fungsi Dan Tugas Jabatan	36
4.1.4 Aspek Personalia	37
4.1.5 Aspek Pemasaran	38
4.1.6 Jenis-Jenis Produk yang Dijual	39
4.2 Hasil Analisis Statistik Dekskriptif	40
4.2.1 Diskripsi Statistik Responden	40
4.2.2 Deskriptif Variabel Penelitian.....	42
4.3 Hasil Analisis Data	44
4.3.1 Pengujian Instrumen Data	44
4.3.2 Pengujian Asumsi Klasik	46
4.3.3 Analisis Regresi Linier Berganda	48
4.3.4 Pengujian Hipotesis	49
4.3.5 Koefisien Determinasi	51
4.4 Pembahasan	51
4.4.1 Pengaruh <i>Continuity Marketing</i> Terhadap Loyalitas Pelanggan	51
4.4.2 Pengaruh <i>One to One Marketing</i> Terhadap Loyalitas Pelanggan	52
4.4.3 Pengaruh <i>Partnering program</i> Terhadap Loyalitas Pelanggan	53
4.4.4 Pengaruh <i>Continuity Marketing, One to One Marketing, dan Partnering program Secara Simultan Terhadap Loyalitas Pelanggan</i>	53

BAB 5 KESIMPULAN DAN SARAN	54
5.1 Kesimpulan	54
5.2 Saran	54
DAFTAR PUSTAKA	56



DAFTAR TABEL

Tabel 1.1:	Data Jumlah Pengunjung Hotel <i>Seven Dream</i> Syariah Jember Selama Tahun 2017 Sampai Dengan 2018	4
Tabel 2.1:	Penelitian Terdahulu	17
Tabel 4.1:	Jumlah Tenaga Kerja Hotel <i>Seven Dream</i> Syariah Jember	38
Tabel 4.2:	Kamar yang Ditawarkan Hotel <i>Seven Dream</i> Syariah Jember	39
Tabel 4.3:	Responden Menurut Usia	40
Tabel 4.4:	Responden Menurut Jenis Kelamin	40
Tabel 4.5:	Responden Menurut Pekerjaan	41
Tabel 4.6:	Responden Menurut Tingkat Pendidikan	41
Tabel 4.7:	Responden Menurut Jenis Kamar	41
Tabel 4.8:	Frekuensi Pernyataan Responden terhadap <i>Continuity Marketing</i>	42
Tabel 4.9:	Frekuensi Pernyataan Responden terhadap <i>One to One Marketing</i>	43
Tabel 4.10:	Frekuensi Pernyataan Responden terhadap <i>Partnering Program</i>	43
Tabel 4.11:	Frekuensi Pernyataan Responden terhadap Loyalitas Pelanggan	44
Tabel 4.12:	Hasil Pengujian Validitas	45
Tabel 4.13:	Hasil Pengujian Reliabilitas	45
Tabel 4.14:	Hasil Uji Multikolinearitas	47
Tabel 4.15:	Hasil Analisis Regresi Linier Berganda	48
Tabel 4.16:	Hasil Uji F	49
Tabel 4.17:	Hasil Uji t	50
Tabel 4.18:	Hasil Uji Koefisien Determinasi	51

DAFTAR GAMBAR

Gambar 2.1:	Kerangka Konsep Penelitian	18
Gambar 3.1:	Dimensionalisasi <i>Continuity Marketing</i>	23
Gambar 3.2:	Variabel <i>One to One Marketing</i>	24
Gambar 3.3:	Variabel <i>Partnering Program</i>	25
Gambar 3.4:	Variabel Loyalitas Pelanggan	26
Gambar 4.1:	Hotel <i>Seven Dream</i> Syariah Jember	36
Gambar 4.2:	Hasil Uji Normalitas	46
Gambar 4.3:	Hasil Uji Heteroskedastisitas	47



DAFTAR LAMPIRAN

- LAMPIRAN 1 : Pengantar Kuesioner
LAMPIRAN 2 : Rekapitulasi Kuesioner
LAMPIRAN 3 : Deskriptif Responden
LAMPIRAN 4 : Deskriptif Variabel Penelitian
LAMPIRAN 5 : Hasil Uji Validitas
LAMPIRAN 6 : Hasil Uji Reliabilitas
LAMPIRAN 7 : Hasil Uji Regresi Linier Berganda, Uji Asumsi Klasik, dan Uji Hipotesis
LAMPIRAN 8 : Tabel r *Product Moment*, dan Tabel Distribusi t



DAFTAR PUSTAKA

- Affandi, Moh Hasyim. 2014. Penerapan Strategi *Customer Relationship Management* (CRM) dalam Rangka Meningkatkan Loyalitas Pelanggan Pada Grand Kalpataru Syariah Hotel Malang. *Jurnal Online*. Diakses pada 30-12-2018
- Amin, Widjaja Tunggal. 2009. *Akuntansi Manajemen*. Jakarta: Harvindo.
- Arikunto. 2010. *Prosedur Penelitian Suatu Pendekatan Praktik*. Rineka Cipta: Jakarta.
- Brown S. A. 2010. *Customer relationship management: A strategic imperative in the world of e-Business*, Canada: John Wiley and Sons Canada Limited.
- Budiman. 2015. *Customer Relationship Management (CRM) dan Nilai Pelanggan Terhadap Loyalitas Pelanggan*. *Jurnal manajemen pemasaran*
- Ghozali, Imam. 2005. *Aplikasi Analisis Multivariate dengan SPSS*. Semarang: Badan Penerbit UNDIP.
- Griffin, Jill. 2009. *Customer Loyalty: How to Learn It, How to Keep It*. Jakarta. Erlangga
- Griffin, EM. 2012. *A First Look at Communication Theory*: Eight Edition. Mc. Graw Hill.
- Hamidin, Hamdan. 2009. *Gaya Hidup Masyarakat yang Menggunakan Telepon Seluler*. Retrieved From <http://www.scribd.com/doc/48280536>. diakses pada 22 Februari 2015
- Imasari, Kartika dan Kezia Kurniawati Nursalin. 2011. Pengaruh Customer Relationship Management Terhadap Loyalitas Pelanggan Pada PT BCA Tbk. *Jurnal Ekonomi Vol. 10, No. 3, hal. 183-192*.
- Iriani Nur Ida. 2011. Pengaruh Dimensi *Brand Equity* (Ekuitas Merek) terhadap Keputusan Pembelian Kartu Telepon Selular Telkomsel di Kota Malang. *Jurnal Aplikasi Manajemen, vol 9, hal. 481-490*.
- Kartajaya, Hermawan, Asmara, Bayu. 2014. *Wow Service Is Care*, Jakarta: PT. Gramedia. Pustaka Utama.
- Kotler, P. & Armstrong, G. 2006. *Principles of Marketing*. 11th Edition, Prentice Hall International Inc, New Jersey

- Kotler, P. dan Keller, K. Lane. 2009. *Manajemen Pemasaran*, Ahli bahasa Bernyamin, Jakarta
- Kotler, P., 2006. *Manajemen Pemasaran*, Edisi 11. Jakarta: PT. Indeks
- Kotler, Philip and Keller, Kevin Lane. 2013. *Manajemen Pemasaran*, Jilid 1, Edisi. 13, Erlangga.
- Kotler, Philip dan Gary armstrong, 2009, *Prinsip-Prinsip Pemasaran*, Edisi 12, jilid 2., Jakarta: Erlangga.
- Mathis, R.L dan Jacson. 2011. *Human Resource Management*, Jakarta : Salemba Empat
- Mulyati, Hesti. 2016. *Pengaruh Customer Relationship Management Terhadap Loyalitas Pelanggan Handphone Smartfren Andromax Pada Galeri Smartfren Timoho Yogyakarta*.
https://eprints.uny.ac.id/41486/1/HestiMulyati_12808141052.pdf
- Oesman, Yevis Marty. 2010. *Sukses Mengelola Marketing Mix, CRM, Customer Value, dan Customer Dependency*. Bandung:Alfabeta.
- Oliver, R. L. 2011. *Satisfaction : A Behavioral Perspective on The Cunsomer*.2nd Edition. New York. M. E Sharpe, Inc
- Parasuraman, A., Valarie, dan Berry. 1988. SERVQUAL: A Multiple-Item Scale for Measuring Consumer Perceptions Of Service Quality, *Journal Of Retailing*, https://www.researchgate.net/publication/200827786_SERVQUAL_A_Multi-item_Scale_for_Measuring_Consumer_Perceptions_of_Service_Quality, pp. 23
- Sheth, Jagdish N, Parvatiyar,A & Shainesh, G. 2012. *Customer Relationship Management: Emergin Concepts, Tools, and Aplications*, New Delhi: Tata McGraw-Hill
- Sangaji, Etta Mamang dan Sopiah. 2010. *Metodologi Penelitian*. ANDI. Yogyakarta.
- Setio, Gunawan. 2015. *Pengaruh Costumer Relationship Management Terhadap Loyalitas Pelanggan Pada Wellcomm Shop Central Park*.
<http://thesis.binus.ac.id/doc/WorkingPaper/2013-2-01494-MC%20WorkingPaper001.pdf>
- Sugiyono. 2014. *Metode Penelitian Kuantitatif Kualitatif dan R&D*. Cetakan Ke 18. Alfabeta: Bandung.

- Sugiyono. 2008. *Metode Penelitian Kuantitatif Kualitatif dan R&D*. Bandung: Alfabeta.
- Sugiyono. 2009. *Metode Penelitian Kuantitatif Kualitatif dan R&D*. Bandung: Alfabeta.
- Sugiyono. 2012. *Metode Penelitian Kuantitatif Kualitatif dan R&D*. Bandung: Alfabeta.
- Sugiyono. 2013. *Metode Penelitian Pendidikan Pendekatan Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D*. Bandung
- Tjiptono, FANDI. 2012. *Service Management: Mewujudkan Layanan*, Prima Edisi II. ANDI ; Yogyakarta
- Turban, R. Sharda. 2011. *Decision Support and Business Intelligence Systems*: Pearson, New Jersey.
- Yahya Harahap, S. H., 2009. *Hukum Perseroan Terbatas*, Sinar Grafika,. Jakarta.
- Zinkmund, William, Raymond McLeod, Jr, and Faye Gilbert. 2003. *Customer Relationship Management : Integrating Marketing Strategy and Information Technology*, New Jersey : John Wiley & Sons.