

DAFTAR ISI

LEMBAR PENGESAHAN	i
LEMBAR PERNYATAAN.....	ii
ABSTRAK	iii
<i>ABSTRACT</i>	iv
KATA PENGANTAR	v
UCAPAN TERIMA KASIH.....	vi
DAFTAR ISI.....	ix
DAFTAR TABEL.....	xiii
DAFTAR GAMBAR	xvi
BAB I PENDAHULUAN.....	1
1.1 Latar Belakang Penelitian	12
1.2 Rumusan Masalah	12
1.3 Tujuan Penelitian	12
1.4 Kegunaan Penelitian	12
1.4.1 Kegunaan Teoritis	13
1.4.2 Kegunaan Praktis	13
1.4.2.1 <i>Owner</i> dan Manajemen Hotel Mercure Bandung Setiabudi	13
1.4.2.2 Tamu Hotel Mercure Bandung Setiabudi	13
BAB II KAJIAN PUSTAKA, KERANGKA PEMIKIRAN DAN HIPOTESIS	14
2.1 Kajian Pustaka	14
2.1.1 <i>Customer Relationship Management</i>	14
2.1.1.1 <i>Customer Relationship Management</i> Bagian Dari <i>Relationship Marketing</i>	14
2.1.1.2 <i>Relationship Marketing</i>	16
2.1.1.3 <i>Customer Relationship Management</i>	20
2.1.1.3.1 Pengertian <i>Customer Relationship Management</i>	20

Putri Riznawati, 2015

PENGARUH CUSTOMER RELATIONSHIP MANAGEMENT TERHADAP LOYALITAS TAMU YANG MENGINAP DI HOTEL MERCURE BANDUNG SETIABUDI

Universitas Pendidikan Indonesia | \.upi.edu perpustakaan.upi.edu

2.1.1.3.2 Strategi <i>Customer Relationship Management</i>	22
2.1.1.3.3 Tahapan <i>Customer Relationship Management</i>	23
2.1.1.3.4 Program <i>Customer Relationship Management</i>	24
2.1.1.3.5 Manfaat <i>Customer Relationship Management</i>	25
2.1.1.3.6 Dimensi <i>Customer Relationship Management</i>	26
2.1.2 Loyalitas Pelanggan.....	27
2.1.2.1 Pengertian Loyalitas Pelanggan	27
2.1.2.2 Tahapan Loyalitas Pelanggan.....	29
2.1.2.3 Dimensi Loyalitas Pelanggan	31
2.1.3 Pengaruh <i>Customer Relationship Management</i> Terhadap Loyalitas Pelanggan	32
2.1.3.1 Orisinalitas Penelitian.....	33
2.2 Kerangka Pemikiran	39
2.3 Hipotesis	40
BAB III OBJEK PENELITIAN DAN METODOLOGI PENELITIAN	42
3.1 Objek Penelitian	42
3.2 Metodologi Penelitian	43
3.2.1 Jenis Penelitian dan Metode yang Digunakan.....	43
3.2.2 Operasional Variabel.....	45
3.2.3 Jenis dan Sumber Data	50
3.2.4 Populasi, Sampel dan Teknik Sampling.....	50
3.2.4.1 Populasi	50
3.2.4.2 Sampel	51
3.2.4.4 Teknik Sampling	52
3.2.5 Teknik Pengumpulan Data	52
3.2.6 Hasil Pengujian Validitas dan Reliabilitas	53
3.2.6.1 Hasil Pengujian Validitas	53
3.2.6.2 Hasil Pengujian Reliabilitas	58

3.3.7 Teknik Analisis Data	60
3.3.7.1 Analisis Deskriptif.....	61
3.3.7.2 Analisis Verifikatif.....	61
3.2.7.3 Pengujian Hepotesis	64
BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN.....	66
4.1 Profil Tamu Hotel Mercure Bandung Setiabudi.....	66
4.1.1 Profil Hotel Mercure Bandung Setiabudi	66
4.1.1.1 Identitas Hotel Mercure Bandung Setiabudi	66
4.1.1.2 Sejarah Hotel Mercure Bandung Setiabudi	66
4.1.1.3 Produk dan Jasa yang Ditawarkan.....	69
4.1.2 Profil Responden Hotel Mercure Bandung Setiabudi	71
4.1.2.1 Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis Kelamin dan Usia.....	71
4.1.2.2 Karakteristik Responden Berdasarkan Asal Tinggal.....	73
4.1.2.3 Karakteristik Responden Berdasarkan Pendidikan	74
4.1.2.4 Karakteristik Responden Berdasarkan Pekerjaan dan Pendapatan	75
4.1.2.5 Karakteristik Responden Berdasarkan Menjadi <i>Le Club</i> <i>Member</i> Sejak Kapan dan Status Member	77
4.1.2.6 Karakteristik Responden Berdasarkan Memperoleh Informasi dan Pertimbangan Pada Saat Akan Menginap di Hotel Mercure Bandung Setiabudi.....	79
4.1.2.7 Karakteristik Responden Berdasarkan Jumlah Menginap dan Rata-Rata Lama Menginap di Hotel Mercure Bandung Setiabudi	80
4.1.2.8 Karakteristik Responden Berdasarkan Penggunaan <i>Le Club</i> <i>Member</i> di Hotel Lain	82

4.1.2.9	Karakteristik Responden Berdasarkan Penggunaan Tipe Kamar dan Fasilitas Saat Menginap di Hotel Mercure Bandung Setiabudi	83
4.2	Tanggapan Responden Mengenai Pelaksanaan <i>Customer Relationship Management</i> di Hotel Mercure Bandung Setiabudi	85
4.2.1	Tanggapan Responden Mengenai <i>Customer Orientation</i> Hotel Mercure Bandung Setiabudi	86
4.2.2	Tanggapan Responden Mengenai <i>Technology Based CRM</i> di Hotel Mercure Bandung Setiabudi	88
4.2.3	Tanggapan Responden Mengenai <i>Knowledge Management</i> Hotel Mercure Bandung Setiabudi	91
4.3	Tanggapan Responden Mengenai Loyalitas Tamu Yang Dirasakan di Hotel Mercure Bandung Setiabudi	95
4.3.1	Tanggapan Responden Terhadap Loyalitas Tamu Berdasarkan <i>Makes Regular Repeat Purchase</i>	96
4.3.2	Tanggapan Responden Terhadap Loyalitas Tamu Berdasarkan <i>Purchase Across Product and Service Lines</i>	97
4.3.3	Tanggapan Responden Terhadap Loyalitas Tamu Berdasarkan <i>Refers Other</i>	98
4.3.4	Tanggapan Responden Terhadap Loyalitas Tamu Berdasarkan <i>Demonstrates An Immunity To The Full Of The Competition</i>	99
4.4	Hasil Uji Asumsi Regresi	103
4.4.1	Hasil Uji Asumsi Normalitas.....	103
4.4.2	Hasil Uji Asumsi Heteroskedastisitas	105
4.4.3	Hasil Uji Asumsi Autokorelasi.....	106
4.4.4	Hasil Uji Asumsi Multikolinearitas.....	107
4.4.5	Hasil Uji Korelasi dan Koefisien Determinasi	108
4.4.6	Pengujian Hipotesis dan Uji Anova	109

4.4.7 Pengujian Hipotesis dan Uji Signifikansi Secara Parsial	110
4.4.8 Model Persamaan Regresi Berganda Pengaruh <i>Customer Relationship Management</i> Terhadap Loyalitas Tamu.....	111
4.5 Implikasi Hasil Temuan Penelitian	112
4.5.1 Temuan Penelitian Bersifat Teoritik	112
4.5.2 Implikasi Hasil Temuan Empirik	113
BAB V KESIMPULAN DAN REKOMENDASI.....	114
5.1 Kesimpulan.....	114
5.2 Rekomendasi	115
DAFTAR PUSTAKA	
DAFTAR LAMPIRAN.....	

DAFTAR TABEL

Tabel	Judul Tabel	Hal
1.1	Jumlah Kunjungan Tahunan Wisatawan Mancanegara Ke Indonesia Tahun 2014-2015.....	2
1.2	Jumlah Kunjungan Tahunan Wisatawan Mancanegara Dan Domestik Ke Kota Bandung Tahun 2014-2015.....	4
1.3	Daftar Hotel Bintang Empat di Kota Bandung Tahun 2014.....	6
1.4	<i>Competitor Statistic Report Occupancy</i> Hotel Bintang Empat di Kota Bandung Tahun 2015	7
1.5	Data Tingkat <i>Occupancy</i> Hotel Mercure Bandung Setiabudi Tahun 2014-2015	8
1.6	<i>Le Club Member</i> Yang Menginap di Hotel Mercure Bandung Setiabudi Tahun 2014-2015	10
2.1	Definisi Pemasaran Menurut Para Ahli	14

2.2	Program <i>Customer Relationship Management</i>	25
2.3	Definisi Loyalitas Pelanggan Menurut Para Ahli	28
2.4	Orisinalitas Penelitian	34
3.1	Operasional Variabel.....	44
3.2	Jenis dan Sumber Data.....	49
3.3	Interpretasi Besarnya Koefesien Korelasi.....	54
3.4	Hasil Pengujian Validitas Item Pernyataan.....	55
3.5	Hasil Pengujian Reliabilitas	60
4.1	Tipe dan Jumlah Kamar di Hotel Mercure Bandung Setiabudi	69
4.2	Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis Kelamin dan Usia	71
4.3	Karakteristik Responden Berdasarkan Asal Tnggal	73
4.4	Karakteristik Responden Berdasarkan Pendidikan	74
4.5	Karakteristik Responden Berdasarkan Pekerjaan dan Pendapatan	76
4.6	Karakteristik Responden Berdasarkan Sejak Kapan Menjadi <i>Le Club Member</i> dan Status Member	77
4.7	Karakteristik Responden Berdasarkan Memperoleh Informasi dan Pertimbangan Pada Saat Akan Menginap di Hotel Mercure Bandung Setiabudi	79
4.8	Karakteristik Responden Berdasarkan Jumlah Menginap dan Rata-rata Menginap di Hotel Mercure Bandung Setiabudi	81
4.9	Karakteristik Responden Berdasarkan Penggunaan <i>Le Club Member</i> di Hotel Lain	82
4.10	Karakteristik Responden Berdasarkan Penggunaan Tipe Kamar dan Fasilitas Yang Digunakan Saat Menginap di Hotel Mercure Bandung Setiabudi	84
4.11	Tanggapan Responden Mengenai Pelaksanaan <i>Customer Orientation</i> di Hotel Mercure Bandung Setiabudi.....	86

4.12	Tanggapan Responden Mengenai Pelaksanaan <i>Technology Based CRM</i> di Hotel Mercure Bandung Setiabudi	88
4.13	Tanggapan Responden Mengenai Pelaksanaan <i>Knowledge Management</i> di Hotel Mercure Bandung Setiabudi	91
4.14	Rekapitulasi Hasil Tanggapan Responden Yang Menginap di Hotel Mercure Bandung Setiabudi Terhadap <i>Customer Relationship Management</i>	93
4.15	Tanggapan Responden Terhadap Loyalitas Tamu Berdasarkan <i>Makes Regular Repeat Purchase</i>	96
4.16	Tanggapan Respondem Terhadap Loyalitas Tamu Berdasarkan <i>Purchase Across Product and Service Lines</i>	97
4.17	Tanggapan Respondem Terhadap Loyalitas Tamu Berdasarkan <i>Refers Other</i>	98
4.18	Tanggapan Respondem Terhadap Loyalitas Tamu Berdasarkan <i>Demonstrates An Immunity To The Full Of The Competition</i>	99
4.19	Rekapitulasi Hasil Tanggapan Responden Yang Menginap di Hotel Mercure Bandung Setiabudi Terhadap Loyalitas Tamu	100
4.20	Hasil Pengujian Asumsi Normalitas Menggunakan Kolmogrov-Smirnov.....	104
4.21	Hasil Pengujian Asumsi Heteroskedastisitas	105
4.22	Hasil Pengujian Asumsi Autokorelasi	106
4.23	Hasil Uji Asumsi Multikolinearitas	107
4.24	Korelasi dan Koefisien Diterminasi	108
4.25	Hasil Uji F.....	109
4.26	Output Koefisien Regresi.....	110

DAFTAR GAMBAR

Gambar	Judul Gambar	Hal
1.1	Jumlah Akomodasi Yang Tersedia Pada Hotel Berbintang di Kota Bandung Tahun 2012-2014.....	5
2.1	Model Lima Langkah Proses Pemasaran	15
2.2	Model <i>Relationship Management Chain</i>	18
2.3	Tahapan Loyalitas	29
2.5	Kerangka Pemikiran.....	39
2.6	Paradigma Penelitian	40
3.1	Regresi Berganda	64
4.1	Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis Kelamin dan Usia	72
4.2	Karakteristik Responden Berdasarkan Asal Tnggal	74
4.3	Karakteristik Responden Berdasarkan Pendidikan	75
4.4	Karakteristik Responden Berdasarkan Pekerjaan dan Pendapatan	77
4.5	Karakteristik Responden Berdasarkan Sejak Kapan Menjadi <i>Le Club Member</i> dan Status Member	78
4.6.	Karakteristik Responden Berdasarkan Memperoleh Informasi dan Pertimbangan Pada Saat Akan Menginap di Hotel Mercure Bandung Setiabudi	80
4.7	Karakteristik Responden Berdasarkan Jumlah Menginap dan Rata-rata Menginap di Hotel Mercure Bandung Setiabudi	82
4.8	Karakteristik Responden Berdasarkan Penggunaan <i>Le Club Member</i> di Hotel Lain	83
4.9	Karakteristik Responden Berdasarkan Penggunaan Tipe Kamar dan Fasilitas Yang Digunakan Saar Menginap di Hotel Mercure Bandung Setiabudi	85

4.10	Garis Kontinum <i>Customer Realtionship Management</i> di Hotel Mercure Bandung Setiabudi	95
4.11	Garis Kontinum Loyalitas Tamu di Hotel Mercure Bandung Setiabudi	102
4.12	Histogram <i>Dependent Variable</i> Loyalitas Tamu di Hotel Mercure Bandung Setiabudi	103
4.13	<i>Normal Probability Plot</i>	104
4.14	Hasil Pengujian Asumsi Heteroskedastisitas	106

Putri Riznawati, 2015

***PENGARUH CUSTOMER RELATIONSHIP MANAGEMENT TERHADAP LOYALITAS TAMU YANG
MENGINAP DI HOTEL MERCURE BANDUNG SETIABUDI***

Universitas Pendidikan Indonesia | \ .upi.edu perpustakaan.upi.edu