

ABSTRAK

Dinnar Rizky Sadie Meitasari (0607501), **Pengaruh *Customer Relationship Management* Terhadap Loyalitas Tamu *Individual Member* Yang Menginap Di Padma Hotel Bandung.**
Dibimbing oleh Rini Andari, S.Pd.,SE.Par.,MM dan Ariyo Bramantori, SH.,MM

Indonesia merupakan salah satu negara yang sedang berusaha mengembangkan berbagai sektor yang ada demi kesejahteraan dan kemajuan bangsa. Pariwisata sampai saat ini merupakan salah satu sektor yang memegang peranan penting dalam mendatangkan devisa, selain itu sektor pariwisata diharapkan mampu membantu mengembalikan citra kepercayaan dunia dengan cara menarik wisatawan mancanegara untuk kembali berkunjung dan menanam modal di Indonesia. Hal ini didukung oleh potensi Indonesia yang kaya dalam bidang sumber daya alam, seni dan budaya. Hotel sebagai penunjang dalam industri pariwisata juga turut berperan bagi perkembangan industri ini. Terbukti dengan bertambahnya hotel berbintang di dalam persaingan untuk mendapatkan tamu yang menginap di hotel mereka. Diantara berkembang pesatnya hotel-hotel berbintang di Bandung adalah Padma Hotel Bandung. Untuk menjadi unggul diantara para pesaingnya Padma Hotel Bandung harus dapat mempertahankan tamu *individual member* nya. Salah satu upaya untuk mempertahankannya adalah dengan mempertahankan loyalitas tamu *individual member* yang menginap melalui program *Customer Relationship Management*.

Tujuan penelitian ini adalah untuk mengkaji pengaruh program *Customer Relationship Management* terhadap Loyalitas tamu *individual member* yang menginap di Padma Hotel Bandung. Jenis penelitian ini adalah metode deskriptif dan verifikatif, metode yang digunakan adalah metode *eksplanatory survey* dengan menggunakan skala ordinal. Data yang digunakan adalah data primer dan data sekunder yang dilakukan melalui studi kepustakaan dan kuesioner. Untuk mengukur besarnya pengaruh *Customer Relationship Management* terhadap loyalitas tamu *individual member* yang menginap digunakan analisis regresi berganda dengan teknik pengambilan sampel yang diambil dari populasi sebanyak 100 responden

Hasil pengujian hipotesis menunjukkan bahwa *Customer Relationship Management* yang terdiri dari *IT Infrastructure*, *One to One Marketing*, *Personalization*, dan *Customer Service and Support* berpengaruh signifikan terhadap loyalitas tamu *individual member* yang menginap di Padma Hotel Bandung sebesar 92,3%, sedangkan sisanya 7,7% dijelaskan oleh variabel lain yang tidak diteliti dalam penelitian ini. Saran untuk Padma Hotel Bandung adalah agar lebih meningkatkan dan mengoptimalkan pelaksanaan program *Customer Relationship Management*

Kata kunci: *Customer Relationship Management*, Loyalitas.

ABSTRACT

Dinnar Rizky Sadie Meitasari (0607501), **Customer Relationship Management Influence Of Individual Member Guest Loyalty The Stay At Padma Hotel Bandung.** Guided by Rini Andari, S.Pd.,SE.Par.,MM and Ariyo Bramantori, SH.,MM

Indonesia is one country that trying to develop different sectors for the welfare and progress of the nation. Tourism is today one of the sectors that play an important role in generating income for the country, in addition to the tourism sectors is expected to help restore the confidence of the image in a way to attract tourists back to visit and invest in Indonesia. This supported by the potential of Indonesian is rich in natural resources, atrs and culture. Hotel to support the tourism industry also contributed to the development of this industry. Proven to increase five star hotel in the competition for guest staying at their hotel. Among the rapid growth of the luxury hotel in Bandung is Padma Hotel Bandung. to be superior among its competitors Padma Hotel Bandung guests should be able to maintain its individual members. On of efforts to maintain the individual guest loyalty program members who stay through the Customer Relationship Management.

The purpose of this study was to examine the influence of Customer Relationship Management program to the individual guest loyalty members who stay at Padma Hotel Bandung. this research is descriptive and verification methods, the method used is explanatory survey method using ordinal scale. The data used primary data and secondary data through literature study and questionnaire. To quantify the size of Customer Relationship Management program to the individual guest loyalty members who stay with the multiple regression analysis used sampling techniques drawn from a population of 100 respondents hypothesis testing result showed that Customer Relationship Management which consist of IT Infrastructure, One to One Marketing, Personalization, and Customer Service and Support significant effect on individual guest loyalty members who stay at Padma Hotel Bandung amounted to 92.3%, while the remaining 7,7% explained by other variables not examined in this study. Suggestions for Padma Hotel Bandung is to further improve and optimize the implementation of Customer Relationship Management programs

Keywords: Customer Relationship Management, Loyalty.