



FAKULTAS EKONOMI
UNIVERSITAS ANDALAS

SKRIPSI

PENGARUH IMPLEMENTASI STRATEGI *CUSTOMER RELATIONSHIP*
MARKETING TERHADAP KEPUASAN PELANGGAN
(Studi Kasus : Hotel Pangeran Beach Padang)

Oleh :

EEN YULIA PUTRI
06 952 007

Mahasiswa Program Strata Satu (S-1) Jurusan Manajemen

*Disajikan Untuk Memenuhi Sebagian Syarat – Syarat
Guna Memperoleh Gelar Sarjana Ekonomi*

PADANG
2010



No. Alumni Universitas :

EEN YULIA PUTRI

No. Alumni Fakultas :

a). Tempat / Tgl Lahir : Palembang / 17 Juli 1988 b). Nama Orang Tua : Hamidi dan Yurnita c). Fakultas : Ekonomi d). Jurusan : Manajemen e). No.Bp: 06 952 007 f). Tgl Lulus :21 Agustus 2010 g). Predikat Lulus : Sangat Memuaskan h). IPK : 3,36 i). Lama Studi : 3 tahun 11 bulan j). Alamat Orang Tua : Nagari Ampek Koto Palembang, Kcc. Palembang, Kab. Agam.

PENGARUH IMPLEMENTASI STRATEGI *CUSTOMER RELATIONSHIP MARKETING* TERHADAP KEPUASAN PELANGGAN (STUDI KASUS: HOTEL PANGERAN BEACH PADANG)

Skripsi S1 Oleh: EeN Yulia Putri, Pembimbing: Drs. Irsyal Ali, M.Si

ABSTRAK

Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis pengaruh implementasi *Customer Relationship Marketing* terhadap kepuasan pelanggan pada Hotel Pangeran Beach, Padang. Strategi *Customer Relationship Marketing* ditinjau dari *attraction, retention, dan enchancement*. Sedangkan kepuasan pelanggan ditinjau dari kepuasan terhadap pelayanan yang ditawarkan, nilai atau manfaat yang diberikan, kenyamanan berurusan, dan kepuasan terhadap perhatian yang diberikan. Populasi penelitian adalah seluruh pelanggan Hotel Pangeran Beach pada tahun 2009, dan sample diambil dengan menggunakan metode *non probability sampling* dengan teknik *judgment*. Metode riset untuk pengujian hipotesis menggunakan pola hubungan pengaruh. Mengoperasionalkan variabel dengan instrument kuesioner sebanyak 100 responden. Setelah data terkumpul kemudian diolah dengan analisis regresi linear berganda menggunakan program spsss versi 15.0. Hasil uji statistik menunjukkan bahwa implementasi strategi *Customer Relationship Marketing* yang dilihat dari *attraction, retention, dan enchancement* mempunyai pengaruh yang signifikan terhadap kepuasan pelanggan pada Hotel Pangean Beach secara parsial dan simultan atau bersama-sama.

Keyword: *Customer Relationship marketing, Kepuasan Pelanggan*

Skripsi ini telah dipertahankan di depan sidang penguji dan dinyatakan lulus pada tanggal 21 Agustus 2010.

Abstrak ini telah disetujui oleh:

	Penguji :		Pembimbing :
Tanda Tangan	1.	2.	3.
Nama Terang	Drs. H. Syahrial Syarif, MBA	Dra. Toti Srimulyati, MT	Drs. Irsyal Ali, M.Si

Mengetahui,

Ketua Jurusan Manajemen : Dr. Harif Amali Rivai, SE, M.Si
Nip. 197102211997011001

Tanda Tangan

Alumnus telah mendaftarkan ke Fakultas / Universitas dan mendapat Nomor Alumnus :

		Petugas Fakultas / Universitas	
No. Alumni Fakultas :		Nama :	Tanda Tangan :
No. Alumni Universitas :		Nama :	Tanda Tangan :

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang Masalah

Customer Relationship Marketing adalah strategi untuk membangun hubungan yang baik dengan pelanggan dalam jangka panjang dengan mengkombinasikan kemampuan untuk merespon secara langsung dan untuk melayani pelanggan dengan interaksi yang tinggi (Winer, 2001:12).

Customer Relationship Marketing pada dasarnya bertujuan agar perusahaan dapat mengenali pelanggan secara lebih detail, melayani mereka sesuai dengan kebutuhannya, dan lebih jauh lagi agar pelanggan yang dimaksud dapat terpuaskan oleh perusahaan, dalam arti kata hal yang mereka inginkan dari perusahaan dapat tercapai oleh perusahaan. Disini jelas terlihat bahwa inti penerapan CRM adalah terciptanya suatu relasi yang membuat pelanggan merasa diperlukan secara istimewa oleh perusahaan.

Pada perusahaan jasa, mutu layanan kepada konsumen sangat mempengaruhi penilaian dan kepuasan konsumen terhadap perusahaan. Penyebabnya adalah tidak adanya indikator atau tolak ukur dalam penilaian kinerja layanan maupun produk seperti pada perusahaan dagang atau manufaktur. Perusahaan dagang bertolak ukur pada harga yang ditawarkan pada konsumen, perusahaan manufaktur mempunyai indikator seperti kualitas produk. Namun, pada perusahaan jasa kualitas tersebut masih belum ada batasan. Oleh karena itu konsumen akan terus mencari layanan yang terbaik pada perusahaan jasa.

Dengan hal-hal yang ada pada perusahaan jasa tersebut, mobilitas pelanggan dalam perpindahan layanan jasa ke perusahaan lain dalam industri yang sama sangat tinggi. Akibatnya, kepuasan pelanggan sangat sulit untuk dipertahankan oleh perusahaan.

Salah satu contoh perusahaan jasa adalah usaha perhotelan. Dilihat dari fungsi utamanya, produk utama yang dijual oleh usaha perhotelan adalah sewa kamar atau jasa penginapan. Sejalan dengan perkembangan tersebut maka kalau sebelumnya produk atau jasa utama sebuah hotel yang menjadi kebutuhan utama wisatawan adalah kamar atau penginapan sekarang sudah mengalami perkembangan. Konsumen mengharapkan sesuatu yang bukan hanya sekedar kamar menginap, namun mereka lebih mengharapkan hal lain seperti pelayanan, kondisi lingkungan yang menyenangkan, sopan santun dan rasa hormat dari seluruh karyawannya.

Tingginya tingkat persaingan antar hotel – hotel yang ada di Sumatera Barat diiringi dengan tumbuh dan berkembangnya hotel-hotel yang termasuk jaringan hotel internasional, nasional, maupun pribadi dengan akomodasi pengganti yang menawarkan pelayanan lebih baik semakin mempertajam persaingan bisnis perhotelan di Sumatera Barat, hal ini dapat dilihat dari table 1.1 dibawah ini :

BAB VI

PENUTUP

6.1 Kesimpulan

Berdasarkan hasil penelitian setelah diolah dengan menggunakan alat analisis yang digunakan dapat disimpulkan sebagai berikut:

1. Implementasi Strategi *Customer Relationship Marketing* yang dilihat dari *Attraction* (Daya Tarik) (X_1), *Retention* (Penjagaan) (X_2), *Enchancement* (Peningkatan Hubungan) (X_3) mempunyai pengaruh yang signifikan terhadap Kepuasan Pelanggan Pada Hotel Pangeran Beach secara parsial dan simultan atau bersama-sama.
2. 57.8% dari variasi variabel dependent Kepuasan Pelanggan Pada Hotel Pangeran Beach yang dapat dijelaskan oleh variabel independent Implementasi Strategi *Customer Relationship Marketing* yang dilihat dari *Attraction* (Daya Tarik) (X_1), *Retention* (Penjagaan) (X_2), *Enchancement* (Peningkatan Hubungan) (X_3) sedangkan sisanya sebesar 0.422 atau 42.2% dijelaskan oleh Variabel-variabel lain yang tidak diteliti dalam penelitian ini.
3. Pada penelitian ini ternyata variabel *Enchancement* (Peningkatan Hubungan) (X_3) yang merupakan variabel yang paling dominan / besar pengaruhnya terhadap Kepuasan Pelanggan (Y), kemudian selanjutnya dipengaruhi oleh *Attraction* (Daya Tarik) (X_1), dan yang terakhir adalah *Retention* (Penjagaan) (X_2), dimana untuk menentukan mana yang paling dominan dilihat dari nilai koefisien regresi yang dimiliki masing-masing variabel.

DAFTAR PUSTAKA

- Chan, Syafruddin. 2003. *Relationship Marketing yang Membuat Pelanggan Bertekuk Lutut*. Gramedia Pustaka Utama.
- Lovelock, Christopher dan Lauren Wright. 2002. *Principles of Service Marketing & Management Second Edition*. Perentice Hall.
- Bendhi, I wayan & J.Ganef pah. *Standar Kualitas Pelayanan*. STP Bandung, Jurnal Pariwisata, Vol 2 No 2, Januari 2002.
- Sunarto SE, MM. 2003. *Manajemen Pemasaran*. BPFE-UTS, Jogjakarta.
- Hurriyati, Ratih. 2005. *Bauran Pemasaran dan Loyalitas Konsumen*. Penerbit: CV. Alfabeta, Bandung.
- Kotler, Philip. 2003. *Manajemen Pemasaran*. Jilid 1, Edisi ke-11. Penerbit: PT. Prenhallindo, Jakarta.
- Kotler, Philip. 2003. *Manajemen Pemasaran*. Jilid 2, Edisi ke-11. Penerbit: PT. Prenhallindo, Jakarta.
- Yoeti, Oka A. 2004. *Strategi Pemasaran Hotel*. Cet. ke-3. Penerbit: PT Gramedia Pustaka Utama, Jakarta.
- Sugiyono. 2006. *Metode Penelitian Bisnis*. Cet ke- 9. Penerbit : CV. Alfabeta, Bandung.
- Lupiyoadi, Rambat & A Hamdani. 2006. *Manajemen Pemasaran Jasa*. Edisi ke-2. Penerbit :Salemba Empat, Jakarta.
- Foster, Bob. 2008. *Manajemen Ritel* . Cet. Ke-1. Penerbit : CV. Alfabeta, Bandung.
- Rangkuti, Freddy. 2005. *Teknik Analisis Pemasaran dan Analisis Kasus Menggunakan Excel dan SPSS*. PT. Gramedia Pustaka Utama, Jakarta.
- Suryabrata, Sumadi. 2006. *Metodologi Penelitian*. Penerbit: Raja Garafindo Persada, Jakarta.
- Santosa Purbayu Budi & Ashari. 2001. *Analisis Statistik dengan Microsof Excel dan SPSS* .Penerbit: Andi, Yogyakarta.
- Nugroho, Agung. 2005. *Strategi Jitu Memilih Starategi Statistik Penelitian dengan SPSS* Penerbit: Andi, Yogyakarta.