

**PENGARUH CUSTOMER RELATIONSHIP MANAGEMENT TERHADAP
LOYALITAS TAMU MEMBER (*Le Club*)
DI HOTEL IBIS PADANG**

Skripsi

*Diajukan Kepada Tim Penguji Skripsi Jurusan Pariwisata
Sebagai Salah Satu Persyaratan Guna Memperoleh
Gelar Sarjana Sains Terapan*



Oleh:

**JEKA YOLANDO RANGKUTY
NIM.15135128/2015**

**PROGRAM STUDI D4 MANAJEMEN PERHOTELAN
JURUSAN PARIWISATA
FAKULTAS PARIWISATA DAN PERHOTELAN
UNIVERSITAS NEGERI PADANG
2019**

HALAMAN PERSETUJUAN SKRIPSI

PENGARUH *CUSTOMER RELATIONSHIP MANAGEMENT* TERHADAP
LOYALITAS TAMU MEMBER (*LE CLUB*) DI HOTEL IBIS PADANG

Nama : Jeka Yolando Rangkuty
NIM/BP : 15135128/2015
Program Studi : D4 Manajemen Perhotelan
Jurusan : Pariwisata
Fakultas : Pariwisata dan Perhotelan

Padang, Agustus 2019

Disetujui Oleh:

Pembimbing



Pasaribu, S.ST. Par, M.Si. Par
NIP. 19870520 201504 1001

Ketua Jurusan Pariwisata FPP UNP



Dra. Ira Meirina Chair, M.Pd
NIP. 19620530 198803 2001

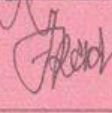
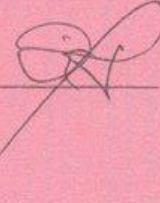
HALAMAN PENGESAHAN SKRIPSI

Dinyatakan Lulus Setelah di pertahankan di Depan Tim Penguji Skripsi Program Studi
D4 Manajemen Perhotelan Jurusan Pariwisata Fakultas Pariwisata dan Perhotelan
Universitas Negeri Padang

Judul : Pengaruh *Customer Costumer Relationship Management*
terhadap Loyalitas tamu member (Le Club) di Hotel Ibis Padang
Nama : Jeka Yolando Rangkuty
NIM/BP : 15135128/2015
Program Studi : D4 Manajemen Perhotelan
Jurusan : Pariwisata
Fakultas : Pariwisata dan Perhotelan

Padang, Agustus 2019

Tim Penguji

Nama	Tanda Tangan
1. Ketua : Pasaribu, S.ST. Par, M.Si. Par	1. 
2. Anggota : Dra. Ira Meirina Chair, M. Pd	2. 
3. Anggota : Hijriyantomi Suyuthie S.Ip.M.M	3. 



KEMENTERIAN RISET, TEKNOLOGI DAN PENDIDIKAN TINGGI
UNIVERSITAS NEGERI PADANG
FAKULTAS PARIWISATA DAN PERHOTELAN
JURUSAN PARIWISATA
Jl. Prof Dr. Hamka Kampus UNP Air Tawar Padang 25131
Telp. (0751) 7051186
e-mail : kkunp.info@gmail.com

SURAT PERNYATAAN TIDAK PLAGIAT

Saya yang bertanda tangan di bawah ini

Nama : Jeka Yolando Rangkuty
NIM/TM : 15135128/2015
Program Studi : D4 Manajemen Perhotelan
Jurusan : Pariwisata
Fakultas : Pariwisata dan Perhotelan

Dengan ini menyatakan bahwa skripsi saya yang berjudul ,

"Pengaruh *Customer Relationship Management* terhadap Loyalitas tamu member (*Le Club*) di Hotel Ibis Padang" adalah benar merupakan hasil karya saya sendiri dan bukan merupakan plagiat dari karya orang lain. Apabila sesuatu saat terbukti saya melakukan plagiat, maka saya bersedia di proses dan menerima sanksi akademis maupun hukum sesuai dengan hukum dan ketentuan yang berlaku, baik di Universitas Negeri Padang maupun di masyarakat negara.

Demikianlah pernyataan ini saya buat dengan penuh kesadaran dan rasa tanggung jawab sebagai anggota masyarakat ilmiah.

Diketahui,

Ketua Jurusan Pariwisata

Dra. Ira Meirina Chair, M.Pd
NIP. 19620530 198803 2001

Saya yang menyatakan,

Jeka Y Rangkuty
NIM. 15135128

ABSTRAK

Jeka Yolando Rangkuty. (2019) Pengaruh *Customer Relationship Management* Terhadap Loyalitas Tamu Member (*Le Club*) di Hotel Ibis Padang. Skripsi. Jurusan Pariwisata Universitas Negeri Padang.

Penelitian ini dilatar belakangi dengan ditemukanya masalah terkait loyalitas tamu *member (le club)* dan *Customer Relationship Management* di Hotel Ibis Padang. Tujuan penelitian ini adalah mengetahui pengaruh *Customer Relationship Management* terhadap loyalitas tamu *member (le club)* di Hotel Ibis Padang.

Penelitian ini merupakan penelitian deskriptif kuantitatif dengan pendekatan assosiatif kausal. Populasi dalam penelitian ini adalah tamu *member (le club)* di Hotel Ibis Padang. Jumlah sampel dalam penelitian ini berjumlah 77 orang. Teknik pengambilan sampel *nonprobability sampling* yang digunakan adalah *purposive sampling* yaitu teknik penentuan sampel dengan pertimbangan tertentu. Pertimbangan penentuan responden pada penelitian ini tamu *member (le club)* yang pernah menginap di Hotel Ibis Padang dan berumur minimal 18 tahun. Teknik pengumpulan data dilakukan dengan menggunakan kuesioner (angket) dengan menggunakan skala *likert*. Teknik analisis data yang digunakan analisis deskriptif dan analisis inferensial menggunakan analisis regres linier sederhana.

Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa; Tanggapan responden terhadap *customer relationship management* di Hotel Ibis Padang di peroleh rata-rata total skor sebesar 3,25 pada batas interval 2,51 - 3,25 dengan kategori baik. Dan dapat disimpulkan *customer relationship management* di Hotel Ibis Padang dikategorikan secara keseluruhan dikategori baik. Kemudian Tanggapan responden terhadap Loyalitas Tamu *Member (Le Club)* di Hotel Ibis Padang di peroleh rata-rata total skor sebesar 3,25 pada batas interval 2,51 - 3,25 dengan kategori baik. Dan dapat disimpulkan Loyalitas Tamu *Member (Le Club)* di Hotel Ibis Padang dikategorikan secara keseluruhan dikategori baik. Selanjutnya Nilai R Square sebesar 0,072 yang berarti pengaruh variabel (*customer relationship management* terhadap variable Y (loyalitas tamu *member (le club)*)) adalah sebesar 7,2% sedangkan 92,3% lainnya dipengaruhi oleh faktor-faktor lainnya seperti Kepercayaan, Perlindungan dan Kepuasan Akumulatif. Nilai koefisien regresi sebesar 0,219 dengan nilai t hitung 2,413 pada sig. $0,018 < 0,05$. Artinya setiap peningkatan sebesar 1 satuan *Customer Relationship Management* akan meningkatkan loyalitas tamu *member (le club)* 0,219 satuan dan nilai t 2,413 dengan nilai signifikan $0,018 < 0,05$ sehingga dapat disimpulkan bahwa *Costumer Relationship Management* mempunyai pengaruh yang signifikan terhadap Loyalitas Tamu *Member (Le Club)*, maka H_a diterima dan H_o ditolak.

Kata kunci: *Customer Relationship Management, Loyalitas, Hotel*

KATA PENGANTAR

بِسْمِ اللَّهِ الرَّحْمَنِ الرَّحِيمِ

Puji syukur penulis ucapkan kehadirat Allah SWT yang telah memberikan rahmat dan karunia-Nya serta kemudahan bagi penulis sehingga dapat menyelesaikan Skripsi yang berjudul “**Pengaruh Customer Relationship Management Terhadap Loyalitas Tamu Member (Le Club) di Hotel Ibis Padang**”. Skripsi ini dibuat untuk melengkapi persyaratan memperoleh gelar Sarjana Sains Terapan (S.ST) pada Program Studi (D4) Manajemen Perhotelan Jurusan Pariwisata Fakultas Pariwisata dan Perhotelan Universitas Negeri Padang.

Dalam proses penyusunan proposal hingga selesainya skripsi ini, penulis telah banyak mendapatkan bantuan dan dukungan dari berbagai pihak. Untuk itu pada kesempatan ini penulis menyampaikan ucapan terima kasih yang tak terhingga kepada:

1. Ibu Dra. Ernawati, M.Pd., Ph.D, selaku Dekan Fakultas Pariwisata dan Perhotelan Universitas Negeri Padang.
2. Ibu Dra. Ira Meirina Chair, M.Pd, selaku Ketua Program Studi Manajemen Perhotelan dan sekaligus Ketua Jurusan Pariwisata Fakultas Pariwisata dan Perhotelan Universitas Negeri Padang
3. Bapak Pasaribu, S.ST.Par, M,Si.Par, selaku Pembimbing yang telah meluangkan waktu untuk memberikan bimbingan, pemikiran dan pengarahan yang sangat berarti dalam penulisan skripsi ini dan juga selaku Penasehat Akademik.

4. Seluruh staf pengajar, teknisi dan administrasi pada Program Studi Manajemen Perhotelan, Jurusan Pariwisata Fakultas Pariwisata dan Perhotelan Universitas Negeri Padang.
5. Mama, Abang, dan Keluarga tercinta terima kasih atas doa dan dukungan yang telah diberikan.
6. Pihak Manajemen Hotel Ibis Padang yang telah memberikan kerjasama yang baik kepada penulis pada saat penelitian untuk skripsi ini.
7. Berbagai pihak yang telah membantu penulis untuk menyelesaikan skripsi ini.

Semoga bantuan yang telah diberikan diberkahi dan mendapatkan balasan yang berlipat ganda dari Allah SWT. Akhirnya, penulis juga berharap agar skripsi ini dapat bermanfaat bagi kita semua.

Padang, Agustus 2019
Penulis

Jeka Yolando Rangkuty
NIM.15135128/2015

DAFTAR ISI

Halaman

HALAMAN JUDUL	
ABSTRAK.....	i
KATA PENGANTAR.....	ii
DAFTAR ISI.....	iv
DAFTAR TABEL	vi
DAFTAR GAMBAR.....	viii
DAFTAR LAMPIRAN	ix
BAB I. PENDAHULUAN	
A. Latar Belakang Masalah	1
B. Identifikasi Masalah	7
C. Batasan Masalah.....	7
D. Rumusan Masalah	7
E. Tujuan Penelitian	8
F. Manfaat Penelitian	8
BAB II. KAJIAN PUSTAKA	
A. Kajian Teori.....	10
1. Loyalitas	10
2. Pengertian <i>Customer Relationship Management</i>	17
B. Pengaruh CRM terhadap Loyalitas.....	21
C. Kerangka Konseptual.....	22
D. Hipotesis.....	22
BAB III. METODOLOGI PENELITIAN	
A. Jenis Penelitian	23
B. Tempat dan Waktu Penelitian	23
C. Variabel Penelitian	23
D. Defenisi Operasional.....	24
E. Populasi Dan Sampel Penelitian.....	24
1. Populasi Penelitian.....	24
2. Sampel Penelitian	25
F. Jenis Dan Teknik Pengumpulan Data	26
1. Jenis Data	26

2. Teknik Pengumpulan Data	27
G. Instrumen Penelitian	27
H. Uji Coba Instrumen.....	29
1. Uji Validitas	30
2. Uji Reliabilitas.....	31
I. Teknik Analisis Data.....	32
1. Mentabulasi Data.....	32
2. Deskripsi Data	32
J. Uji Persyaratan Analisis	34
1. Uji Normalitas	34
2. Uji Homogenitas	34
3. Uji Linieritas.....	35
K. Pengujian Hipotesis.....	35
1. Uji Regresi Linear Sederhana.....	35

BAB IV. HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

A. Deskripsi Hotel Ibis Padag.....	37
1. Sejarah/ Profil Umum.....	37
2. Fasilitas Hotel	38
B. Deskripsi Karakteristik Responden.....	40
1. Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis Kelamin	40
2. Karakteristik Responden Berdasarkan Level Member.....	41
3. Karakteristik Responden Berdasarkan Usia	42
4. Karakteristik Responden Berdasarkan Pekerjaan	42
5. Karakteristik Responden Berdasarkan pendidikan terakhir	43
C. Hasil Analisis Data Penelitian.....	43
D. Pembahasan.....	67

BAB V. KESIMPULAN DAN SARAN

A. Kesimpulan.....	74
B. Saran.....	74

DAFTAR PUSTAKA.....	78
----------------------------	-----------

LAMPIRAN	80
-----------------------	-----------

DAFTAR TABEL

Tabel 1. Jumlah Data <i>Member (le club)</i> yang menginap di Hotel Ibis Padang Periode September 2018 sampai Februari 2019	3
Tabel 2. Grafik Data Jumlah Repeater Member <i>Guest</i> yang menginap di Hotel Ibis Padang Periode Januari 2017-Desember 2018	4
Tabel 3. Data Tamu Member yang Menginap di Hotel Ibis Padang Periode September 2018 - Februari 2019.....	25
Tabel 4. Pilihan Jawaban Skala Likert.....	28
Tabel 5. Kisi-Kisi Operasional Variabel Penelitian	29
Tabel 6. Hasil Analisis Validitas	31
Tabel 7. Hasil Analisa Reliabilitas	31
Tabel 8. Batas Interval dan Pilihan Kategori	34
Tabel 9. Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis Kelamin.....	40
Tabel 10. Karakteristik Responden Berdasarkan Level Member.....	41
Tabel 11. Karakteristik Responden Berdasarkan Usia	42
Tabel 12. Karakteristik Responden Berdasarkan Pekerjaan	42
Tabel 13. Karakteristik Responden Berdasarkan Pendidikan Terakhir	43
Tabel 14. Data Hasil Perhitungan Statistik <i>Customer Relationship Management</i>	44
Tabel 15. Klasifikasi Skor Variabel <i>Customer Relationship Management</i>	45
Tabel 16. Rekapitulasi Tanggapan Responden Mengenai <i>Costumer Relationship Management</i> di Hotel Ibis Padang.....	46
Tabel 17. Data Hasil Perhitungan Statistik <i>Customer Relationship Management</i> Ditinjau dari Indikator Manusia.....	49
Tabel 18. Klasifikasi Skor Variabel <i>Customer Relationship Management</i> Ditinjau dari Indikator Manusia.....	50
Tabel 19. Data Hasil Perhitungan Statistik <i>Customer Relationship Management</i> Ditinjau dari Indikator Proses.....	50
Tabel 20. Klasifikasi Skor Variabel <i>Customer Relationship Management</i> Ditinjau dari Indikator Proses.....	51
Tabel 21. Data Hasil Perhitungan Statistik <i>Customer Relationship Management</i> Ditinjau Indikator Teknologi.....	52
Tabel 22. Klasifikasi Skor Variabel <i>Customer Relationship Management</i> Ditinjau dari Indikator Teknologi.....	53
Tabel 23. Data Hasil Perhitungan Statistik Loyalitas Tamu <i>Member (Le Club)</i> ...	54
Tabel 24. Klasifikasi Skor Variabel Loyalitas Tamu <i>Member (Le Club)</i>	55
Tabel 25. Rekapitulasi Tanggapan Responden Mengenai Loyalitas Tamu <i>Member (Le Club)</i> di Hotel Ibis Padang	56
Tabel 26. Data Hasil Perhitungan Statistik Loyalitas Tamu <i>Member (Le Club)</i> dari Indikator <i>Repurchase</i>	58
Tabel 27. Klasifikasi Skor Variabel Loyalitas Tamu <i>Member (Le Club)</i> ditinjau dari indikator <i>Repurchase</i>	59
Tabel 28. Data Hasil Perhitungan Statistik Loyalitas Tamu <i>Member (Le Club)</i> ditinjau dari indikator <i>Retention</i>	60

Tabel 29. Klasifikasi Skor Variabel Loyalitas Tamu <i>Member (Le Club)</i> ditinjau dari indikator <i>Retention</i>	61
Tabel 30. Data Hasil Perhitungan Statistik Loyalitas Tamu <i>Member (Le Club)</i> Ditinjau dari Indikator <i>Referrals</i>	61
Tabel 31. Klasifikasi Skor Variabel Loyalitas Tamu <i>Member (Le Club)</i> ditinjau dari indikator <i>Referrals</i>	62
Tabel 32. Hasil Uji Normalitas dengan Uji Sample Kolgomorov Smirnov	63
Tabel 33. Hasil Uji Homogenitas	64
Tabel 34. Hasil Uji Linearitas	65
Tabel 35. Uji Regresi Linear Sederhana ANOVA	65
Tabel 36. Uji Regresi Linear Sederhana <i>Coefficients</i>	66
Tabel 37. Uji Regresi Linear Sederhana Model Summary	66

DAFTAR GAMBAR

Gambar 1. <i>Guest Comment</i>	4
Gambar 2. Kerangka Konseptual.....	22
Gambar 3. Diagram Kurva Normal Sebaran Variabel CRM	45
Gambar 4. Garis Kontinum Varibel CRM	48
Gambar 5. Diagram Kurva Normal Sebaran Variabel Loyalitas	55
Gambar 6. Garis Kontinum Varibel Loyalitas	57

DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran 1. Kuesioner Uji Coba Penelitian	80
Lampiran 2. Tabulasi Data Uji Validitas dan Reliabilitas	85
Lampiran 3. Hasil Uji Validitas dan Reliabilitas.....	87
Lampiran 4. Kuesioner Penelitian	94
Lampiran 5. Data Penelitian.....	99
Lampiran 6. Hasil Penelitian	105
Lampiran 7. Hasil Uji Persyaratan Analisis	132
Lampiran 8. Hasil Analisis Regresi Linier	133
Lampiran 9. Kartu Konsultasi	134
Lampiran 9. Surat Izin Penelitian	135
Lampiran 11. Dokumentasi	137

BAB I

PENDAHULUAN

A. Latar Belakang

Kota Padang merupakan Ibukota Provinsi Sumatera Barat. Kota Padang juga menjadi pusat kegiatan bagi wisatawan luar daerah atau kota yang ingin melakukan pelatihan, seminar, maupun kegiatan-kegiatan rapat dinas, baik yang diadakan oleh instansi pemerintah maupun instansi swasta. Dengan demikian, pelaku bisnis di Kota Padang sudah banyak menyediakan tempat untuk wisatawan asing dan wisatawan nusantara yang berkunjung, seperti hotel, mostel dan beberapa penginapan lainnya. Selain itu, Kota Padang merupakan tempat transit bagi wisatawan domestik maupun mancanegara yang hendak melakukan kunjungan ke kota wisata yang ada di Sumatera Barat. Sehingga hotel-hotel di Kota Padang dipenuhi oleh tamu yang transit guna melanjutkan kunjungannya ke objek atau daerah wisata lainnya di Sumatera Barat.

Menurut Sulastiyono (2011:5), “Hotel adalah suatu perusahaan yang dikelola oleh pemiliknya dengan menyediakan pelayanan makanan, minuman dan fasilitas kamar untuk tidur kepada orang-orang yang melakukan perjalanan dan mampu membayar dengan jumlah yang wajar sesuai dengan pelayanan yang diterima tanpa adanya perjanjian khusus”. Hotel Ibis Padang merupakan salah satu hotel berbintang tiga (***) di Kota Padang yang bergerak dibidang perhotelan, khususnya *city hotel*. Hotel Ibis adalah bagian dari group *Accorhotel* yang di operasikan (*Grand Opening*) pada tanggal 12 November 2013 yang memiliki jumlah kamar sebanyak 168 kamar. Industri

perhotelan memerlukan bagian-bagian operasional agar kegiatannya dapat berjalan dengan baik. Salah satu bagian operasional yang sangat penting diperhatikan adalah *Front Office* karena bagian ini menangani tamu pada saat tamu pertama kali ke hotel.

Hotel Ibis Padang dapat dikatakan berhasil dalam mencapai tujuannya apabila laba yang diperoleh sesuai yang ditargetkan. Tentu hal ini tidak mudah dicapai tanpa ada usaha manajemen dalam mencari dan mempertahankan pelanggan. Salah satu yang perlu diperhatikan dalam kegiatan pemasaran hotel yaitu loyalitas pelanggan. Salah satu bentuk loyalitas Hotel Ibis Padang kepada pelanggan yaitu dengan adanya *Le Club*. *Le Club AccorHotels* adalah program loyalitas seluruh dunia untuk *AccorHotels*, keanggotaan *Le Club Accor Hotels* memberikan hak tamu spesial ketika tamu yang menginap di Hotel *Accor*, termasuk fasilitas seperti minuman selamat datang, prioritas *check-in*, internet gratis, *late check-out*, *upgrade* kamar dan masih banyak lagi.

Menurut Gramer dan Brown (2006), “Loyalitas adalah derajat sejauh mana seorang konsumen menunjukkan perilaku pembelian berulang dari suatu penyedia jasa, memiliki suatu disposisi atau kecenderungan sikap positif terhadap penyedia jasa, dan hanya mempertimbangkan untuk menggunakan penyedia jasa ini pada saat muncul kebutuhan untuk memakai jasa ini”. Loyalitas Menurut Griffin (2010: 04), “Seorang konsumen dikatakan setia atau loyal apabila konsumen menunjukkan perilaku pembelian secara teratur atau terdapat suatu kondisi dimana mewajibkan konsumen

membeli paling sedikit dua kali dalam selang waktu tertentu. Berdasarkan observasi awal peneliti di lapangan diperoleh data *member (le club)* bulan September 2018 -Februari 2019 pada Tabel 1 di bawah ini:

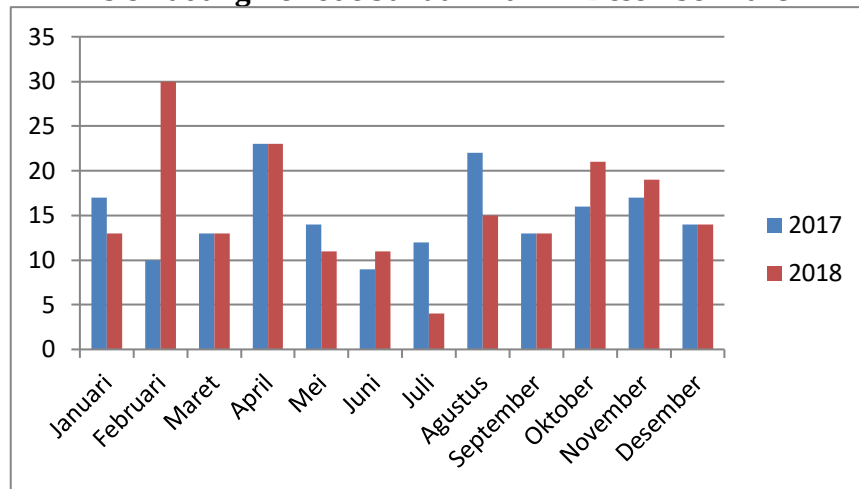
Tabel 1. Jumlah Data *Member (le club)* yang menginap di Hotel Ibis Padang Periode September 2018 sampai Februari 2019

Bulan	<i>No of Staying Guest</i>	<i>No of Staying Member Guest</i>	%
September	4516	370	8,19
Oktober	4781	368	7,69
November	4738	303	6,39
Desember	4358	363	8,32
Januari	3229	224	6,93
Februari	3819	329	8,61
Rata-rata			7,69

Sumber: Front Office Department Hotel Ibis Padang, 2019

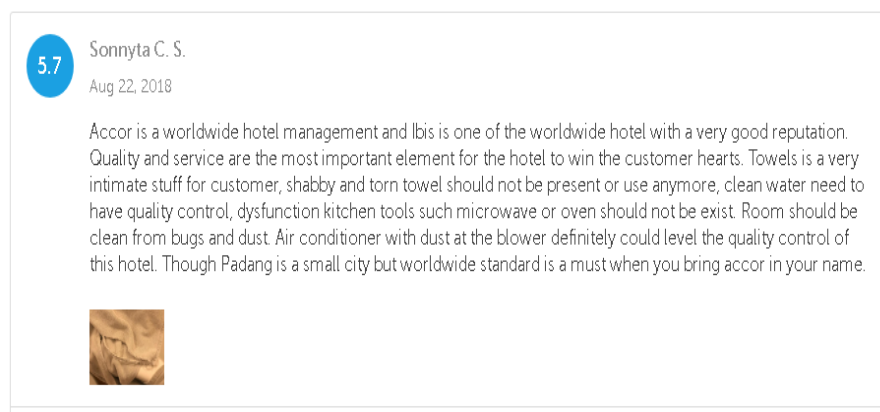
Berdasarkan data Tabel 1 di atas ditemukan bahwa jumlah *member guest* yang menginap di Hotel Ibis Padang tidak stabil. Dilihat dari bulan September 2018 mengalami penurunan dari 8,19% menjadi 7,69% pada bulan Oktober 2018. Pada Tabel 1 juga dapat dilihat bahwa persentase *member guest* setiap bulannya dirata-ratakan 7,69% dan belum melebihi 10%. Hal ini mengindikasikan masih rendahnya loyalitas tamu menginap Hotel Ibis Padang. Berdasarkan pengamatan saat penulis melaksanakan kegiatan PLI II (Pengalaman Lapangan Industri) pada bulan Juli – Desember 2018 Ditinjau dari indikator *Repurchase* dapat dilihat dari Tabel dibawah ini :

Tabel 2. Grafik Data Jumlah *Repeater Member Guest* yang menginap di Hotel Ibis Padang Periode Januari 2017 – Desember 2018



Sumber: *Front Office Department Hotel Ibis Padang, 2019*

Dapat dijelaskan bahwa jumlah tamu member yang menginap tidak stabil, dengan demikian dapat diasumsikan bahwa *Repurchase* (kesetiaan terhadap pembelian produk) belum terjadi di Hotel Ibis Padang. Selanjutnya ditinjau dari indikator *Referrals* (merefereasikan secara total esistensi perusahaan), terdapat *Guest Comment* pada salah satu *Travel Agent* yang dapat dilihat pada gambar di bawah ini :



Sumber: *Traveloka.com*

Gambar 1. Guest Comment

Dari ulasan tamu diatas, dapat dilihat bahwa tamu tersebut mengenal Group Accor Hotel dengan baik, namun merasa kecewa dengan pelayanan yang disediakan oleh pihak Hotel Ibis Padang. Loyalitas perusahaan memerlukan suatu sistem yang mengelola informasi mengenai pelanggan, dan bekerja khusus menjalin hubungan berkepanjangan dengan pelanggan. Perusahaan harus mengikuti informasi mengenai pelanggan dan karakter pelanggan untuk informasi tersebut harus didapatkan perusahaan agar bisa memperbaiki pelayanan. Salah satu tindakan dukungan informasi dan teknologi untuk operasional perusahaan yaitu dengan implementasi *Customer Relationship Management* (CRM) sebagai salah satu bentuk kegiatan yang dilakukan perusahaan dalam rangka mengakuisisi dan mempertahankan pelanggan, dalam hal ini di sebut dengan membangun loyalitas pelanggan. Menurut Salami (2009), “Bahwa penerapan akan strategi CRM sangatlah diperlukan dimana selain meningkatkan pelayanan tetapi juga memperbaiki dan mengelola pelanggan sesuai harapan dan loyalitas konsumen”.

Menurut Kotler dan Keller (2012: 189), “*Customer Relationship Management* (CRM) merupakan proses mengelola informasi rinci tentang masing-masing konsumen dan secara cermat mengelola semua titik sentuhan konsumen demi memaksimalkan kesetiaan konsumen”. Menurut Turban, dkk (2002), “*Customer Relationship Management* (CRM) adalah suatu pendekatan yang memandang bahwa pelanggan adalah inti dari bisnisnya dan keberhasilan suatu perusahaan tergantung dari bagaimana mereka mengelola hubungannya secara efektif”.

Berdasarkan pengamatan saat penulis melaksanakan kegiatan PLI II (Pengalaman Lapangan Industri) pada bulan Juli – Desember 2018 yaitu, sesuai dengan dua indikator CRM Orang dan Proses, tidak adanya pengenalan oleh *reception* tentang *member le club* kepada tamu regular sehingga tamu regular tidak mengetahui tentang keuntungan jika ikut serta dalam *member le club* dan tidak adanya konfirmasi kepada tamu apakah sudah terdaftar sebagai member atau belum akibatnya tamu yang sudah terdaftar sebagai *member* tamu tersebut tidak bisa menyimpan (*earn*) transaksi yang telah dilakukan sebelumnya. Berdasarkan indikator CRM yang kedua yaitu Teknologi, *Member Card* yang masih dalam bentuk *Virtual Card* untuk member yang levelnya masih rendah, sehingga menyulitkan member untuk mengecek *Number Member* karena harus membuka website *Le Club*. *Team Reservation* tidak membuat reservasi tamu *member* sesuai dengan *Guest Name* yang telah ada, sehingga *history guest member* hilang, mengakibatkan member harus memasukkan *Number Member* ke Sistem setiap kali *Check in*.

Dari latar belakang masalah yang telah dikemukakan maka penulis merasa penting untuk melakukan penelitian ini agar tingkat Loyalitas tamu member dapat ditingkatkan melalui program CRM *Accor Group Hotel* yang dikenal dengan *Le Club*. Untuk itu penulis untuk melakukan penelitian dengan judul : **"Pengaruh *Customer Relationship Management* Terhadap Loyalitas Tamu Member (*le club*) di Hotel Ibis Padang."**

B. Identifikasi Masalah

Dari latar belakang yang telah dikemukakan dapat identifikasi masalah sebagai berikut:

1. Tidak stabilnya *Repeater Member Guest* yang menginap di Hotel Ibis Padang
2. Belum terpuaskan kebutuhan produk atau jasa bagi *member le club* yang disediakan Hotel Ibis Padang
3. Tidak adanya pengenalan tentang *member le club* kepada tamu regular oleh *reception*.
4. Tidak ada konfirmasi kepada tamu apakah sudah join atau belum oleh *reception* dan *reservation team*
5. *Member Card* yang masih dalam bentuk *Virtual Card* untuk *member* yang levelnya masih rendah
6. *Reservation Team* tidak membuat reservasi sesuai dengan *History Guest*.

C. Batasan Masalah

Batasan masalah dalam penelitian ini dapat dilihat sebagai berikut:

1. *Customer Relationship Management* di Hotel Ibis Padang
2. Loyalitas Tamu *Member (Le Club)* di Hotel Ibis Padang
3. Pengaruh *customer relationship management* terhadap loyalitas tamu *member (le club)* di Hotel Ibis Padang

D. Rumusan Masalah

Rumusan masalah dalam penelitian ini dapat dirumuskan sebagai berikut:

1. Bagaimana *Customer Relationship Management* di Hotel Ibis Padang?

2. Bagaimana loyalitas tamumember (*le club*) di Hotel Ibis Padang?
3. Bagaimana pengaruh *Customer Relationship Management* terhadap Loyalitas tamu member (*le club*) di Hotel Ibis Padang?

E. Tujuan Penelitian

1. Tujuan umum

Tujuan umum penelitian adalah untuk mengetahui pengaruh *Customer Relationship Management* terhadap loyalitas tamu member (*le club*) di Hotel Ibis Padang.

2. Tujuan khusus

- a. Mendeskripsikan tentang *Customer Relationship Management* di Hotel Ibis Padang.
- b. Mendeskripsikan tentang Loyalitas tamu member (*le club*) di Hotel Ibis Padang.
- c. Menganalisis bagaimana pengaruh *Customer Relationship Management* terhadap Loyalitas tamu member (*le club*) di Hotel Ibis Padang.

F. Manfaat Penelitian

1. Bagi perusahaan

Sebagai bahan referensi bagi pihak Hotel Ibis tentang CRM yang sudah ada saat ini dan pengaruhnya terhadap Loyalitas tamu member.

2. Bagi Jurusan Pariwisata Universitas Negeri Padang

Sebagai referensi dalam perkuliahan Pemasaran Hotel

3. Bagi peneliti berikutnya

Sebagai gambaran tentang Pengaruh CRM terhadap Loyalitas dan menjadi acuan untuk Penelitian berikutnya.

4. Bagi Peneliti

Sebagai media untuk mengaplikasikan ilmu yang di dapatkan di perkuliahan, dan dapat mengetahui masalah-masalah nyata yang terdapat dalam industri agar menjadi bahan pertimbangan dan perbandingan terhadap teori-teori yang di peroleh saat kuliah pemasaran hotel khususnya yang berkaitan dengan *Customer Relationship Management* (CRM) dan Loyalitas. Serta penelitian ini digunakan untuk memenuhi persyaratan memperoleh gelar Sarjana Sains Terapan (S.ST).