

**IMPLEMENTASI *CUSTOMER RELATIONSHIP MANAGEMENT* DALAM
MEMBERIKAN PELAYANAN PADA RAYZ HOTEL UMM MALANG**

SCRIPTPRENEUR

Untuk Memenuhi Salah Satu Persyaratan Mencapai
Derajat Sarjana Manajemen



Oleh:

Fitri Apriliana

202010160311521

**PROGRAM STUDI MANAJEMEN
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS
UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH MALANG**

2024

LEMBAR PERSETUJUAN

SCRIPTPRENEUR

**IMPLEMENTASI *CUSTOMER RELATIONSHIP MANAGEMENT* DALAM
MEMBERIKAN PELAYANAN PADA RAYZ HOTEL UMM MALANG**

Oleh:

Fitri Aprillana

202010160311521

Malang, 15 Januari 2024

Telah disetujui oleh:

Pembimbing I,



(Nurul Asfiah, Dr., M.M.)

Pembimbing II,



(Immanuel Mu'ammal, S.E, M.M)

SKRIPSI

**IMPLEMENTASI CUSTOMER RELATIONSHIP MANAGEMENT
DALAM MEMBERIKAN PELAYANAN PADA RAYZ HOTEL UMM MALANG**

Oleh :

Fitri Apriliana
202010160311521

Diterima dan disetujui
pada tanggal 23 Januari 2024



Pembimbing I,

Pembimbing II,

Dr. Nurul Asfiah, M.M.

Immanuel Mu'ammal, S.E., M.M.

Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis,

Ketua Jurusan,

Prof. Dr. Edah Zuhroh, M.M.

Dr. Nurul Asfiah, M.M.

LEMBAR PENGESAHAN SKRIPSI

IMPLEMENTASI *CUSTOMER RELATIONSHIP MANAGEMENT* DALAM MEMBERIKAN PELAYANAN PADA RAYZ HOTEL UMM MALANG

Yang disiapkan dan disusun oleh :

Nama : Fitri Apriliana
NIM : 202010160311521
Jurusan : Manajemen

Telah dipertahankan di depan penguji pada tanggal 23 Januari 2024 dan dinyatakan telah memenuhi syarat untuk diterima sebagai kelengkapan guna memperoleh gelar Sarjana Manajemen pada Universitas Muhammadiyah Malang.

Susunan Tim Penguji:

Penguji I : Dr. Marsudi, M.M.
Penguji II : Rinaldy Achmad Roberth F., S.AB., M.M.
Penguji III : Immanuel Mu'ammal, S.E., M.M.
Penguji IV : Dr. Nurul Asfiah, M.M.

1. 
2. 
3. 
4. 

Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis,



Prof. Dr. Idah Zuhroh, M.M.

Ketua Jurusan,

Dr. Nurul Asfiah, M.M.

PERNYATAAN ORISINALITAS

Yang bertanda tangan di bawah ini, saya:

Nama : Fitri Apriliana

NIM : 202010160311521

Program Studi : Manajemen

E-mail : fitriapriliana43@gmail.com

Dengan ini menyatakan bahwa:

1. Scriptpreneur ini adalah asli dan benar-benar hasil karya sendiri, baik sebagian maupun keseluruhan, bukan hasil karya orang lain dengan mengatasnamakan saya, serta bukan hasil penjiplakan (*plagiarism*) dari hasil karya orang lain.
2. Karya dan pendapat orang lain yang dijadikan sebagai bahan rujukan (*referensi*) dalam Scriptpreneur ini, secara tertulis dan secara jelas dicantumkan di daftar pustaka, sesuai dengan ketentuan penulisan ilmiah yang berlaku;
3. Pernyataan ini saya buat dengan sebenar-benarnya, dan apabila di kemudian hari terdapat penyimpangan dan atau ketidakbenaran dalam pernyataan ini, maka saya bersedia menerima sanksi akademis, dan sanksi-sanksi lainnya sesuai dengan peraturan perundang-undangan yang berlaku

Malang, 15 Januari 2024

Yang membuat pernyataan,


Fitri Apriliana

IMPLEMENTASI *CUSTOMER RELATIONSHIP MANAGEMENT* DALAM MEMBERIKAN PELAYANAN PADA RAYZ HOTEL UMM MALANG

Fitri Apriliana, Dr. Nurul Asfiah, M.M., Immanuel Mu'ammal, S.E, M.M
Program Studi Manajemen, Universitas Muhammadiyah Malang
Email: fitriapriliana43@gmail.com

ABSTRAK

Penelitian ini bertujuan untuk mengkaji implementasi Customer Relationship Management (CRM) dalam memberikan pelayanan kepada konsumen Rayz Hotel UMM Malang. Dalam penelitian ini, dilakukan komunikasi dan hubungan yang dekat dengan konsumen untuk memenuhi kebutuhan mereka. Tujuan utamanya adalah memberikan pelayanan terbaik kepada konsumen hotel tersebut dengan memberikan perhatian yang lebih dibandingkan dengan hotel lainnya. Metode yang digunakan dalam penelitian ini adalah metode kualitatif dengan pendekatan deskriptif. Data dalam penelitian ini dikumpulkan melalui observasi partisipan dan wawancara. Untuk memastikan keabsahan data, penelitian ini menggunakan triangulasi data.

Hasil penelitian menunjukkan bahwa Rayz Hotel UMM Malang telah berhasil menerapkan strategi CRM. Implementasi strategi CRM di hotel tersebut dikategorikan sebagai cukup baik, dengan melibatkan proses identifikasi, differensiasi, interaksi, dan personalisasi. Dengan adanya strategi CRM ini, konsumen merasa lebih loyal dan lebih nyaman dalam bertransaksi dengan hotel yang mampu memberikan kepuasan dan komunikasi yang dekat dengan mereka. Penerapan CRM ini diharapkan dapat memenuhi kebutuhan konsumen sesuai dengan yang mereka inginkan, serta menjadikan mereka loyal terhadap Rayz Hotel UMM Malang. Namun, terdapat beberapa hambatan dalam penerapan CRM, baik dari internal maupun eksternal. Hambatan internal merupakan kendala yang timbul dari pihak hotel itu sendiri, sedangkan hambatan eksternal adalah kendala yang muncul dari pihak konsumen.

Kata Kunci: CRM, Kualitas Pelayanan, Hotel.

IMPLEMENTATION OF CUSTOMER RELATIONSHIP MANAGEMENT IN PROVIDING SERVICES AT RAYZ HOTEL UMM MALANG

Fitri Apriliana, Dr. Nurul Asfiah, M.M., Immanuel Mu'ammal, S.E, M.M
Departement of Management, University of Muhammadiyah Malang
Email: fitriapriliana43@gmail.com

ABSTRACT

This study aims to examine the implementation of Customer Relationship Management (CRM) in providing services to consumers of Rayz Hotel UMM Malang. In this study, communication and close relationships with consumers are carried out to meet their needs. The main goal is to provide the best service to consumers of the hotel by providing more attention than other hotels. The method used in this research is a qualitative method with a descriptive approach. The data in this study were collected through participant observation and interviews. To ensure data validity, this research uses data triangulation.

The results of this research show that Rayz Hotel UMM Malang has successfully implemented CRM strategies. The implementation of CRM strategies at the hotel is categorized as quite good, involving the processes of identification, differentiation, interaction, and personalization. With this CRM strategy, consumers feel more loyal and more comfortable in transacting with hotels that are able to provide satisfaction and close communication with them. The application of CRM is expected to meet the needs of consumers according to what they want and make them loyal to Rayz Hotel UMM Malang. However, there are several obstacles in the application of CRM, both internal and external. Internal barriers are obstacles that arise from the hotel itself, while external barriers are obstacles that arise from consumers.

Keywords: CRM, Service Quality, Hotel.

KATA PENGANTAR

Bismillahirrahmanirrahim

Puji syukur yang teramat mendalam saya ucapkan ke hadirat Tuhan Yang Maha Segala, atas percikan kasih, hidayah, trahmat dan taufiq-Nya, sehingga Scriptpreneur dengan judul “Implementasi Customer Relationship Management Dalam Memberikan Pelayanan Pada Rayz Hotel UMM Malang”, dapat terselesaikan sesuai dengan waktu yang direncanakan.

Teriring do’a dan sholawat, senantiasa melimpah ke haribaan Muhammad S.A.W., Rasul akhir zaman, penutup para-Nabi yang membawa kesempurnaan ajaran Tauhid dan keutamaan budi pekerti. Semoga tumpahan do’a sholawat menetes kepada segenap keluarga dan sahabatnya, para syuhada’, para mushonnifin, para ulama’, dan seluruh umatnya, yang dengan tulus Ikhlas mencintai dan menjunjung sunnahnya.

Selanjutnya, pada kesempatan ini penulis ingin menyampaikan rasa ucapan terimakasih yang sebesar-besarnya kepada semua pihak yang telah membimbing dan mendukung penulis baik dengan moral maupun materil selama berlangsungnya penyusunan Scriptpreneur ini. Dengan segala kemurahan hati, penulis menganturkan banyak terimakasih kepada:

1. Prof. Dr. Nazaruddin Malik, M.Si, selaku Rektor Universitas Muhammadiyah Malang.
2. Dr. Dra., Idah Zuhroh, M.M selaku Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Muhammadiyah Malang.
3. Ibu Nurul Asfiah, Dr., M.M selaku Kepala Program Studi Manajemen dan juga selaku Dosen Pembimbing I.
4. Ibu Nurul Asfiah, Dr., M.M dan Bapak Immanuel Mu’ammal, S.E, M.M selaku Dosen Pembimbing yang telah memberikan bimbingan, meluangkan waktu, memberikan pengarahan dan saran kepada penulis sehingga dapat menyelesaikan penelitian ini.
5. Bapak Marsudi, Dr., M.M dan Bapak Rinaldy Ahmad RF., S.AB., M.M selaku dosen penguji yang telah meluangkan waktunya untuk memberikan arahan dalam penulisan serta menguji Scriptpreneur ini.

6. Orangtua penulis yang tercinta, Bapak Tri Eko Prasetyo dan Ibu Elisa Novida Andriani, yang senantiasa selalu memberikan do'a, kasih sayang, motivasi, dan juga dukungan baik secara moral maupun materil dalam setiap langkah penulis. Terimakasih atas segala kasih sayang dan hal baik yang diberikan sehingga penulis dapat berjuang dalam meraih mimpi dan cita-cita hingga bisa mencapai di titik ini.
7. Kakak penulis, Viko Pradana Prasetyo, yang selalu memberikan dukungan dan motivasi tiada henti kepada penulis dalam menyusun scriptpreneur ini.
8. Sahabat-sahabat penulis, Arum, Rizka, Selvi. Terimakasih sudah menjadi teman yang baik selama menempuh dunia perkuliahan ini. Terimakasih atas semua bentuk dukungan dan motivasi yang diberikan kepada penulis.
9. Teman-teman seperjuangan, Shinta, Dara, Shindy, dan teman-teman CoE Hotel lain yang namanya tidak bisa disebutkan satu persatu. Terimakasih sudah kebersamai penulis selama menjalankan proses perkuliahan khususnya dalam program CoE.
10. Sahabat-sahabat SMA, Salsa dan Dhea yang senantiasa memberikan dukungan dan semangat kepada penulis.
11. Dan seluruh pihak yang membantu dalam penulisan ini yang tidak dapat penulis sebutkan satu per satu.

Penulis menyadari bahwa penulisan scriptpreneur ini tidaklah sempurna, oleh karena itu penulis meminta maaf atas segala kekurangan dan bersedia menerima kritik yang membangun. Semoga scriptpreneur ini dapat memberikan manfaat bagi perusahaan terkait dalam meningkatkan kinerja perusahaan, serta bagi para pembaca lainnya dapat meningkatkan wawasan.

Malang, 15 Januari 2024

Penulis,

Fitri Apriliana

DAFTAR ISI

HALAMAN JUDUL	i
LEMBAR PERSETUJUAN	ii
LEMBAR PENGESAHAN	iii
SURAT PERNYATAAN	iv
ABSTRAK	v
ABSTRACT	vi
KATA PENGANTAR.....	vii
DAFTAR ISI	x
DAFTAR TABEL	xii
DAFTAR GAMBAR	xiii
DAFTAR LAMPIRAN	xiv
BAB I PENDAHULUAN	1
1.1 Latar Belakang.....	1
1.2 Fokus Penelitian	6
1.3 Tujuan Penelitian	6
1.4 Manfaat Penelitian	7
1.4.1 Manfaat Teoritis	7
1.4.2 Manfaat Praktis	7
BAB II KAJIAN TEORI	8
2.1 Hospitality.....	8
2.2 Customer Relationship Management (CRM)	9
2.2.1 Definisi CRM	9
2.2.2 Faktor-faktor yang mempengaruhi CRM	11
2.2.3 Tujuan penerapan CRM	13
2.3 Kualitas Pelayanan	14
2.3.1 Definisi Kualitas Pelayanan	14
2.3.2 Dimensi-dimensi Kualitas Pelayanan	16
2.4 Penelitian Terdahulu	18
2.5 Kerangka Konseptual	22

BAB III METODE PENELITIAN	23
3.1 Jenis Penelitian.....	23
3.2 Lokasi dan Waktu Penelitian	23
3.2.1 Lokasi Penelitian	23
3.2.2 Waktu Penelitian	24
3.3 Subjek Penelitian	24
3.4 Fokus Penelitian	25
3.5 Metode Pengumpulan Data	25
3.6 Metode Analisis Data	27
BAB IV HASIL DAN PEMBAHASAN	31
4.1 Gambaran Umum Objek Penelitian	31
4.1.1 Profil Rayz Hotel UMM Malang.....	31
4.1.2 Struktur Organisasi Rayz Hotel UMM Malang	32
4.1.3 Gambaran Informan	33
4.2 Analisa Data	35
4.2.1 Implementasi <i>Customer Relationship Management</i> (CRM) Rayz Hotel UMM Malang	35
4.2.2 Hambatan Implementasi <i>Customer Relationship</i> Management (CRM) Rayz Hotel UMM Malang	46
4.3 Pembahasan	50
BAB V PENUTUP	58
5.1 Kesimpulan	58
5.2 Saran	59
DAFTAR PUSTAKA	61
LAMPIRAN	64

DAFTAR TABEL

Tabel 1.1 Data Hotel Bintang 4 di Malang	4
Tabel 2.1 Penelitian Terdahulu	18
Tabel 3.1 Data Informan	25



DAFTAR GAMBAR

Gambar 2.1 Kerangka Konseptual	22
Gambar 3.1 Model Analisis Data Interaktif Miles dan Huberman	30
Gambar 4.1 Struktur Organisasi Rayz Hotel UMM Malang	33
Gambar 4.2 Alur Kegiatan CRM Divisi Sales Marketing	41
Gambar 4.3 Alur Kegiatan CRM Frontliner	45
Gambar 4.4 <i>Customer Satisfaction Index</i> Periode Oktober 2023	55
Gambar 4.4 CSI F&B	56



DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran 1: Dokumentasi Wawancara dan Kegiatan Selama Magang	64
Lampiran 2: Data Wawancara	66
Lampiran 3: Lampiran Data CSI	80

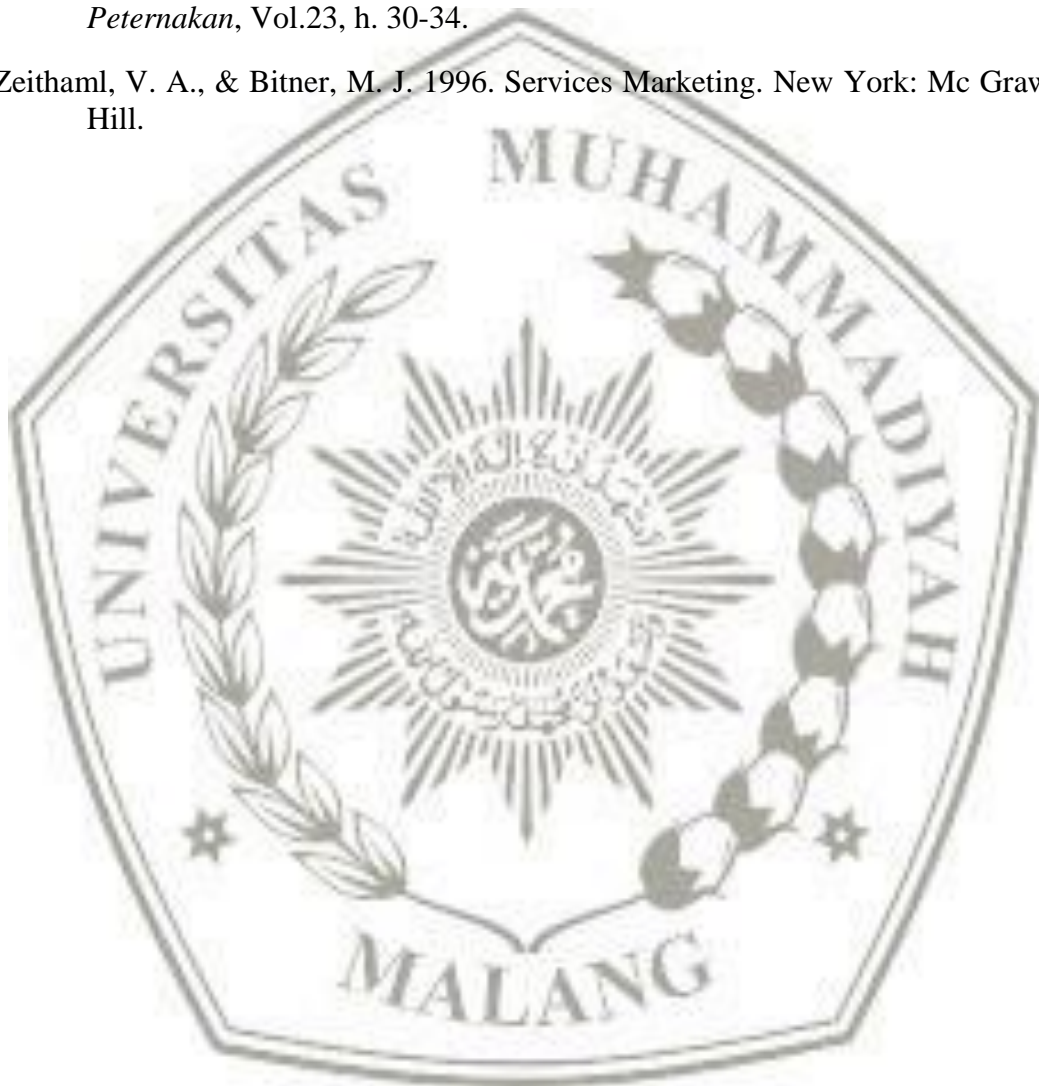


DAFTAR PUSTAKA

- Ariani, D. W. 2009. *Manajemen Operasi Jasa*. Yogyakarta: Graha Ilmu
- Buttle, Francis. 2007. *Customer Relationship Management (Manajemen Hubungan Pelanggan)*.
Terjemahan oleh Arief Subiyanto. Malang: Bayu Media Publishing.
- Creswell, J. W. (2016). *Research Design: Pendekatan Kualitatif, Kuantitatif, dan Campuran*. Yogyakarta: Pustaka Pelajar.
- Dyantina, O., Afrina, M., & Ibrahim, A. (2012). Penerapan Aplikasi CRM (Customer Relationship Management) Berbasis Web Dalam Bidang Jasa," 2009. [Online]. *Jurnal Sistem Informasi (JSI)*, 4, No. 2(2), 516–529.
- Febrianingtyas, M., Arifin, Z., & Fanani, D. (2014). Pengaruh Customer Relationship Management terhadap Kepuasan dan Loyalitas Nasabah. *Jurnal Administrasi Bisnis*, 9 (2), 1-10.
- Gaffar F., Vanessa. 2007. *CRM dan MPR Hotel*. Bandung: Alfabeta.
- Hermawan, H., Brahmanto, E., & Hamzah, F. 2018. *Pengantar Manajemen Hospitality*. Jawa Tengah: PT Nasya Expanding Management.
- Kalakota, R. dan Robinson, M., 2001, *E - Business 2.0 Roadmap for Success*, Massachusetts: Addison Wesley Longman.
- Kotler, P., Bowen, J., & Makens, J. (2005). *Marketing for Hospitality and Tourism*. New Jersey: Prentice Hall.
- Lovelock, C. 2011. *Services Marketing 7/e*. Pearson Education India.
- Lubis, M Saleh. 2013. *Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Pelanggan Arumas*
- Matiş, C., & Ilieş, L. (2014). Customer Relationship Management in the Insurance Industry. *Procedia Economics and Finance*, 15(14), 1138–1145. [https://doi.org/10.1016/s2212-5671\(14\)00568-1](https://doi.org/10.1016/s2212-5671(14)00568-1)
- Miles, Matthew B. dan A. Michael Huberman. 1992. *Qualitative Data Analysis: A Sourcebook of New Method*. Terjemahan Tjetjep Rohendi Rohidi. Analisis Data Kualitatif: Buku Sumber tentang Metode-metode Baru. Jakarta: Penerbit Universitas Indonesia (UI-PRESS)
- Mokodongan, A. (2010). Analisis Penerapan Program Customer Relationship Management Hubungannya dengan Loyalitas Pelanggan. *Jurnal Inovasi*, 7 (4), 240-271.

- Moleong, Lexy J. 2015. *Metodologi Penelitian Kualitatif*. Bandung. PT Remaja Rosdakarya.
- Musqari, Nurul dan Huda, Nurul. 2018. Pengaruh Kualitas Layanan terhadap Loyalitas Melalui Variabel Kepuasan pada Lembaga Amil Zakat (Studi pada Baituzzakah Pertamina Kantor Pusat). *Perisai*, Vol. 2, h. 34-53.
- Nouwen, H. J. M. 1998. *Reaching Out: A Special Edition of the Spiritual Classic Including Eeyond the Mirror*. Zondervan.
- Nurjanah, I., & Hermawan, H. (2021). Peran General Store Section dalam Mendukung Mutu Pelayanan Usaha Hotel. *Media Wisata*, 17(1). <https://doi.org/10.36276/mws.v17i1.148>
- Purba, Sukarman dkk, 2020, *Perilaku Organisasi : Yayasan Kita Menulis*, 2020 Cetakan 1, Desember 2020
- Putri, Yulia Larasati dan Utomo, Hardi. 2017. Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Loyalitas Pelanggan Dengan Kepuasan Sebagai Variabel Intervening (Studi Persepsi Pada Pelanggan Dian Comp Ambarawa). *Among Makarti*, Vol.10, h. 70-90.
- Sembiring, Inka Janita., Suharyono., dan Kusumawati, Andriani. 2014. Pengaruh Kualitas Produk Dan Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Pelanggan Dalam Membentuk Loyalitas Pelanggan (Studi pada Pelanggan McDonald's MT. Haryono Malang). *Jurnal Administrasi Bisnis*, Vol. 15, h. 1-10.
- Sugiyono. 2010. *Metode Penelitian Pendidikan Pendekatan Kuantitatif, kualitatif, dan R&D*. Bandung: Alfabeta
- Sugiyono, (2017). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D*. Bandung: CV. Alfabeta. Sugiyono. 2018. *Metode Penelitian Kuantitatif*. Bandung: Alfabeta.
- Sugiyono, P. D. 2020. *Metode Penelitian Kualitatif Untuk Penelitian Yang Bersifat: Eksploratif, Enterpretif Dan Konstruktif*. Edited By Y. Suryandari. Bandung: ALFABETA.
- Sulastiyono, A. 2008. *Manajemen Penyelenggaraan Hotel: Seri Manajemen Usaha Jasa Sarana Pariwisata dan Akomodasi*. Bandung: Alfabeta.
- Suliyanto (2018). *Metode Penelitian Bisnis untuk Skripsi, Tesis, & Disertasi*. Yogyakarta: Andi Offset.
- Susanti, E. (2018). Kualitas Layanan Internal yang Memengaruhi Kepuasan Nasabah dengan Menggunakan Kualitas Layanan Eksternal sebagai Variabel Mediasi. *Jurnal Manajemen dan Pemasaran Jasa*, 11(1), 95. <https://doi.org/10.25105/jmpj.v11i1.2099>

- Tjiptono, Fandy, 2005. Strategi Pemasaran, Edisi Pertama, Andi Ofset, Yogyakarta.
- Webster, K. 2000. Environmental Management in the Hospitality Industry: A Guide for Students and Managers. Cengage Learning EMEA.
- Yansah, Riyan Afri., Hartono, Budi dan Hariyono, MB. 2013. Pengaruh Kualitas Pelayanan (*Service Quality*) Terhadap Kepuasan Konsumen Pada Rumah Makan Sop Ayam Pak Min Klaten di Malang. *Jurnal Ilmu-Ilmu Peternakan*, Vol.23, h. 30-34.
- Zeithaml, V. A., & Bitner, M. J. 1996. Services Marketing. New York: Mc Graw Hill.



IMPLEMENTATION OF CUSTOMER RELATIONSHIP MANAGEMENT IN PROVIDING SERVICES AT RAYZ HOTEL UMM MALANG

ORIGINALITY REPORT

8%

SIMILARITY INDEX

8%

INTERNET SOURCES

0%

PUBLICATIONS

%

STUDENT PAPERS

PRIMARY SOURCES

1

digilib.uinsgd.ac.id

Internet Source

3%

2

repository.stimi-bjm.ac.id

Internet Source

2%

3

www.haryhermawan.com

Internet Source

2%

4

www.atlantis-press.com

Internet Source

2%

Exclude quotes On

Exclude matches < 2%

Exclude bibliography On

