

**IMPLEMENTASI STRATEGI *DIRECT SELLING***  
**UNTUK MENINGKATKAN LOYALITAS PELANGGAN**  
**PADA HOTEL GRAND MERCURE MALANG MIRAMA**

***SCRIPTPRENEUR***

Untuk Memenuhi Salah Satu Persyaratan Mencapai  
Derajat Sarjana Manajemen



Oleh:

**Anindya Ayu Prameswari**

**202010160311478**

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

**2024**

**LEMBAR PERSETUJUAN**

**PROPOSAL SCRIPTPRENEUR**

**IMPLEMENTASI STRATEGI *DIRECT SELLING*  
UNTUK MENINGKATKAN LOYALITAS PELANGGAN  
PADA HOTEL GRAND MERCURE MALANG MIRAMA**

Oleh :

**Anindya Ayu Prameswari**

**202010160311478**

Malang, 17 Januari 2024

Telah disetujui oleh :

Pembimbing I



Dr. Nurul Asfiah, MM.

Pembimbing II



Luqman Dzul Hilmi, SE., MBA.



**SKRIPSI**

**IMPLEMENTASI STRATEGI *DIRECT SELLING*  
UNTUK MENINGKATKAN LOYALITAS PELANGGAN  
PADA HOTEL GRAND MERCURE MALANG MIRAMA**

Oleh :


**Anindya Ayu Prameswari**

202010160311478

Diterima dan disetujui  
pada tanggal 23 Januari 2024

Pembimbing I,


Pembimbing II,

  
**Dr. Nurul Asfiah, M.M.**

  
**Luqman Dzul Hilmi, S.E., M.B.A.**

Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis,

Ketua Jurusan,

  
**Prof. Dr. Idah Zuhroh, M.M.**

  
**Dr. Nurul Asfiah, M.M.**



# LEMBAR PENGESAHAN SKRIPSI

## IMPLEMENTASI STRATEGI *DIRECT SELLING* UNTUK MENINGKATKAN LOYALITAS PELANGGAN PADA HOTEL GRAND MERCURE MALANG MIRAMA

Yang disiapkan dan disusun oleh :

Nama : Anindya Ayu Prameswari

NIM : 202010160311478

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. Rizki Febriani, S.E., M.M.

Penguji II : Chalimatuz Sa'diyah, S.E., M.M.

Penguji III : Luqman Dzul Hilmi, S.E., M.B.A.

Penguji IV : Dr. Nurul Asfiah, M.M.

Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis,

Ketua Jurusan,



Prof. Dr. Idah Zuhroh, M.M.

Dr. Nurul Asfiah, M.M.



## PERNYATAAN ORISINALITAS

Yang bertanda tangan di bawah ini, saya:

Nama : Anindya Ayu Prameswari

NIM : 202010160311478

Program Studi : Manajemen

E-mail : [anindyaprameswari2@gmail.com](mailto:anindyaprameswari2@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 sebagai bahan / sumber acuan, dengan menyebutkan nama pengarang dan 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, 17 Januari 2024

Yang membuat pernyataan,



Anindya Ayu Prameswari

**IMPLEMENTATION OF DIRECT SELLING STRATEGIES TO  
INCREASE CUSTOMER LOYALTY AT THE GRAND MERCURE  
MALANG MIRAMA HOTEL**

Anindya Ayu Prameswari, Dr. Nurul Asfiah, MM., Luqman Dzul Hilmi, SE., MBA.

*Department of Management, University of Muhammadiyah Malang*

E-mail: [anindyaprameswari2@gmail.com](mailto:anindyaprameswari2@gmail.com)

**ABSTRACT**

*This research aims to determine the implementation of direct selling strategies at the Grand Mercure Malang Mirama hotel. The type of research method used in this research is descriptive research with a qualitative approach. The data collection techniques used were interviews, PAR (Participatory Action Research) and documentation. The informants taken for the results of the data analysis were internal parties at the Grand Mercure Malang Mirama Hotel, Front Office department. The research results show that the direct selling strategy has an influence on increasing customer loyalty. Direct selling which is usually carried out at the Grand Mercure Malang Mirama hotel is by face to face, telemarketing and online marketing. Of the direct selling components, the most efficient way to apply at the Grand Mercure Malang Mirama hotel to get customers is by face to face and telemarketing.*

**Keywords:** *direct selling, customer loyalty*

**IMPLEMENTASI STRATEGI *DIRECT SELLING***  
**UNTUK MENINGKATKAN LOYALITAS PELANGGAN**  
**PADA HOTEL GRAND MERCURE MALANG MIRAMA**

Anindya Ayu Prameswari, Dr. Nurul Asfiah, MM., Luqman Dzul Hilmi, SE., MBA.

Program Studi Manajemen, University of Muhammadiyah Malang

E-mail: [anindyaprameswari2@gmail.com](mailto:anindyaprameswari2@gmail.com)

**ABSTRAK**

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui implementasi strategi *direct selling* pada hotel Grand Mercure Malang Mirama. Metode jenis penelitian yang digunakan dalam penelitian ini ialah penelitian deskriptif dengan pendekatan kualitatif. Teknik pengumpulan data yang digunakan adalah wawancara, PAR (*Participatory Action Research*) dan dokumentasi. Informan yang diambil untuk hasil analisis data ialah dari pihak internal hotel Grand Mercure Malang Mirama *departement Front Office*. Hasil penelitian menunjukkan bahwa strategi *direct selling* memiliki pengaruh dalam meningkatkan loyalitas pelanggan. *Direct selling* yang biasa dilakukan dalam hotel Grand Mercure Malang Mirama adalah dengan cara *face to face*, *telemarketing*, dan *online marketing*. Dari komponen *direct selling* tersebut yang paling efisien untuk diterapkan pada hotel Grand Mercure Malang Mirama untuk mendapatkan pelanggan adalah dengan cara *face to face* dan *telemarketing*.

Kata kunci: *direct selling*, loyalitas pelanggan

## KATA PENGANTAR

Bismillahirrahmanirrohim

Puji Syukur kehadiran Allah SWT yang senantiasa melimpahkan rahmat dan hidayah-Nya, sholawat serta salam kepada Nabi Muhammad SAW sehingga penulis dapat menyelesaikan *scriptpreneur* dengan judul “Implementasi Strategi *Direct Selling* untuk Meningkatkan Loyalitas Pelanggan pada Hotel Grand Mercure Malang Mirama”, 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. Selama proses penyusunan *scriptpreneur*, banyak pihak yang telah memberikan bantuan dan dukungan kepada saya. Sebagai ucapan syukur, dalam kesempatan ini, saya ingin mengucapkan terima kasih kepada:

1. Prof. Dr. H. Fauzan, M.Pd. selaku Rektor Universitas Muhammadiyah Malang.
2. Prof. Dr. Idah Zuhroh, M.M. selaku Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Muhammadiyah Malang.
3. Dr. Nurul Asfiah, M.M. selaku Ketua Jurusan Program Studi Manajemen Universitas Muhammadiyah Malang dan dosen pembimbing satu yang telah bersedia meluangkan waktunya untuk mengoreksi serta memberikan petunjuk yang sangat bermanfaat guna penyusunan *scriptpreneur* ini.
4. Luqman Dzul Hilmi, SE., MBA selaku dosen pembimbing dua yang penuh kesabaran telah mengoreksi dan memberikan bimbingan serta



petunjuk yang sangat bermanfaat guna penyusunan hingga terselesainya *scriptpreneur* ini.

5. Seluruh Bapak/Ibu dosen Fakultas Ekonomi dan Bisnis lainnya yang telah memberikan pengetahuan yang sangat bermanfaat selama masa perkuliahan hingga akhir penyusunan *scriptpreneur* ini.

6. Seluruh dosen CoE yang sudah memberikan pengarahannya dan pengetahuan serta kesabaran yang luar biasa sehingga dapat menyelesaikan penulisan *scriptpreneur* ini.

7. Ayah tercinta saya Soleh Yulian Nurcahyo dan ibu tercinta saya Emy Nurmala, Fahri dan Fahmi adik saya, keluarga besar saya yaitu Pram's Family dan Bani Nahe Jaya yang telah banyak memberikan do'a, ridho, dukungan dan pengorbanan baik secara moral maupun materil sehingga penulis dapat menyelesaikan studi dengan baik.

8. Seluruh teman-teman CoE yang saling membantu serta sahabat saya Kintan, Yulika, Oza, Tazkia, Vita, dan semua teman dekat saya terima kasih atas dukungan, pengalaman dan kerjasamanya selama perkuliahan hingga ada di titik pencapaian akhir untuk menyelesaikan *scriptpreneur* ini.

Hanya ungkapan terima kasih dan do'a tulus yang dapat saya persembahkan, semoga segala yang telah mereka berikan kepada saya, tercatat dengan tinta emas dalam lembaran catatan Roqib sebagai sebuah ibadah yang tiada ternilai.

Aamiin Yaa Robbal Aallamiin.

Akhirnya, dengan segala keterbatasan dan kekurangan, saya persembahkan karya tulis ini kepada siapapun yang membutuhkannya. Kritik yang konstruktif dan saran dari semua pihak sangat saya harapkan untuk penyempurnaan karya- karya saya selanjutnya. Terima kasih.

Malang, 17 Januari 2024

Anindya Ayu Prameswari

## DAFTAR ISI

|                                  |      |
|----------------------------------|------|
| LEMBAR PERSETUJUAN.....          | ii   |
| LEMBAR PENGESAHAN.....           | iii  |
| PERNYATAAN ORISINALITAS.....     | v    |
| ABSTRAK BERBAHASA INGGRIS.....   | vi   |
| ABSTRAK BERBAHASA INDONESIA..... | vii  |
| KATA PENGANTAR.....              | viii |
| DAFTAR ISI.....                  | x    |
| DAFTAR TABEL.....                | xii  |
| DAFTAR GAMBAR.....               | xiii |
| DAFTAR LAMPIRAN.....             | xiv  |
| BAB I PENDAHULUAN                |      |
| A. Latar Belakang.....           | 1    |
| B. Rumusan Masalah.....          | 7    |
| C. Tujuan penelitian.....        | 7    |
| D. Manfaat Penelitian.....       | 7    |
| BAB II TINJAUAN PUSTAKA          |      |
| A. Landasan Teori.....           | 8    |
| a. <i>Direct Selling</i> .....   | 8    |
| b. Loyalitas Pelanggan.....      | 11   |
| c. Hotel.....                    | 18   |
| B. Penelitian Terdahulu.....     | 22   |



|  |    |
|--|----|
| C. Kerangka Konseptual.....            | 25 |
| <b>BAB III METODE PENELITIAN</b>       |    |
| A. Jenis Penelitian.....               | 27 |
| B. Fokus Penelitian.....               | 28 |
| C. Lokasi Penelitian.....              | 28 |
| D. Subyek Penelitian.....              | 28 |
| E. Teknik Pengumpulan Data.....        | 29 |
| D. Metode Analisis Data.....           | 31 |
| <b>BAB IV HASIL DAN PEMBAHASAN</b>     |    |
| A. Gambaran Umum Obyek Penelitian..... | 33 |
| B. Analisa Hasil.....                  | 36 |
| C. Pembahasan.....                     | 40 |
| <b>BAB V PENUTUP</b>                   |    |
| A. Kesimpulan.....                     | 46 |
| B. Saran.....                          | 46 |
| DAFTAR PUSTAKA.....                    | 48 |
| LAMPIRAN.....                          | 50 |

## DAFTAR TABEL

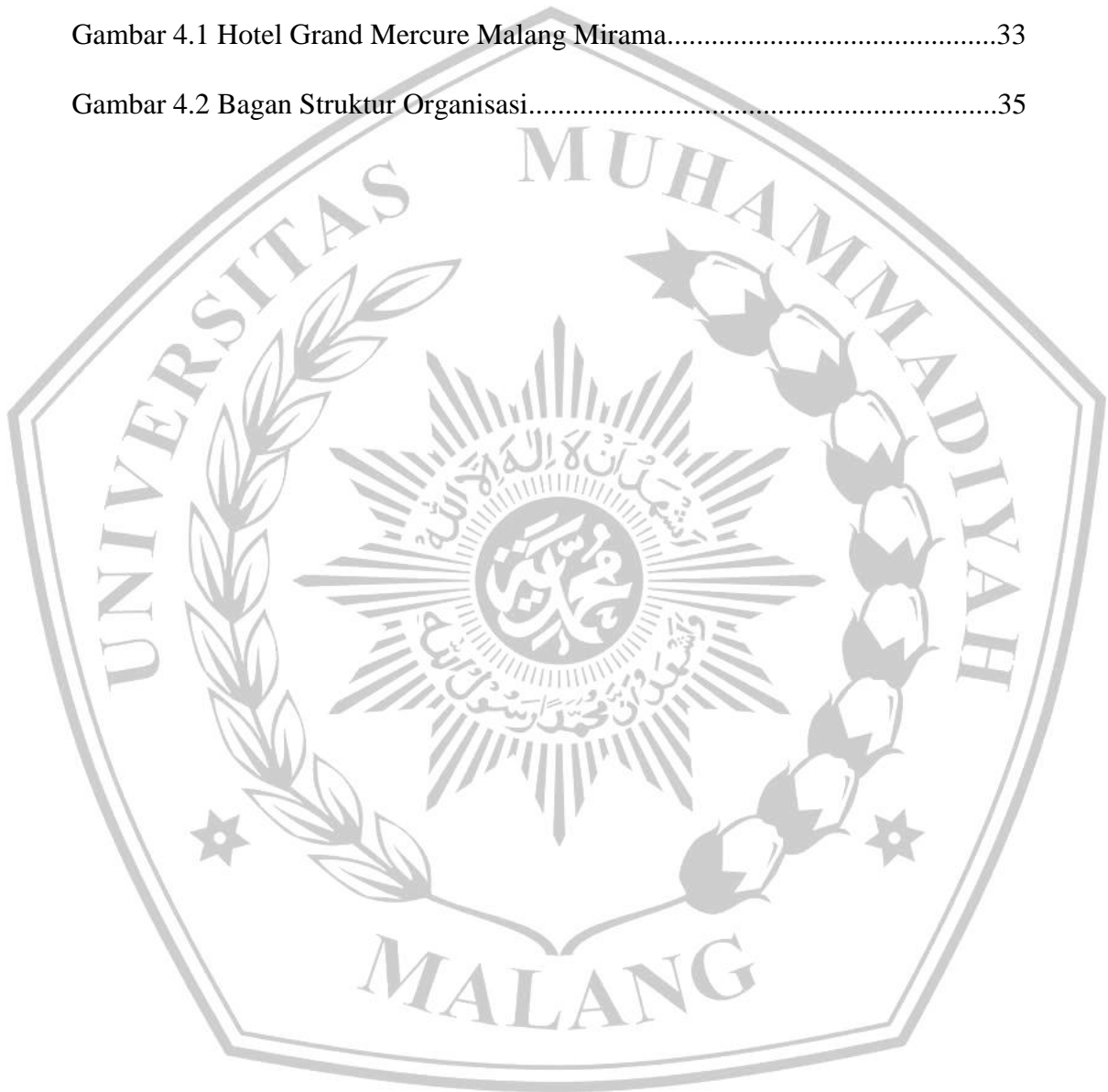
|   |    |
|---|----|
| Tabel 2.1 Hasil Penelitian Terdahulu..... | 22 |
| Tabel 3.1 Informan / Narasumber.....      | 30 |





## DAFTAR GAMBAR

|   |    |
|---|----|
| Gambar 1.1 Data Penjualan dan Occupancy.....      | 4  |
| Gambar 2.1 Kerangka Konseptual.....               | 26 |
| Gambar 4.1 Hotel Grand Mercure Malang Mirama..... | 33 |
| Gambar 4.2 Bagan Struktur Organisasi.....         | 35 |



## DAFTAR LAMPIRAN

|  |    |
|--|----|
| Lampiran 1. Pedoman Wawancara.....     | 50 |
| Lampiran 2. Hasil Wawancara.....       | 53 |
| Lampiran 3. Dokumentasi Wawancara..... | 61 |





## DAFTAR PUSTAKA

- Audia Saraswati, D. P. (2020 ). Analisis Strategi Marketing Public Relations dalam Meningkatkan Loyalitas Customer Sofyan Hotel (Studi Deskriptif pada Sofyan Hotel Cut Meutia Menteng Jakarta Pusat). *Jurnal Lugas* , 1-7.
- Aziz Nur Rosyid, A. B. (2023 ). Kajian Program dan Implementasi Membership Hotel Chanti Semarang . *Pariwisata* , 1-14.
- Chandra Eddy Thungasal, D. I. (2019 ). Pengaruh Kualitas Layanan dan Harga terhadap Loyalitas Pelanggan Melalui Kepuasan Pelanggan pada Hotel Kasuari . *Manajemen Bisnis*, 1-7 .
- Chandra, E. (2016 ). Hubungan Direct Marketing dan Personal Selling terhadap Keputusan Pembelian Pie Elis . *Manajemen dan Start-Up Bisnis* , 1-10.
- Devi Nur Indah Sari, I. P. (2020). Pelaksanaan Standard Operating Procedure Guest relation Officer dalam Menangani Member ACCOR PLUS di Novotel Solo . *Hotelier Journal* , 1-10.
- Eri umitra, D. N. (2020 ). Pengaruh Personal Selling terhadap Keputusan pemeblian Meeting Package di Hotel ASTON Pasteur Bandung Tahun 2020 . *Manajemen Pemasarann* , 1-7 .
- EV Hanifah, S. A. (2017). Metode Promosi Melalui Direct Selling dalam Meningkatkan Minat Konsumen Menggunakan Jasa Hotel . *Komunikatio* , 1-14.
- Khaira Amalia Fachrudin, D. L. (2022). Analisis Rating dan Harga Kamar Hotel Bintang Lima di Indonesia (Analysis of Rating and Room rates for Five - Stars Hotels in Indonesia). *Akuntansi, Keuangan, dan Manajemen*, 1-16.
- Mirayani, L. (2018 ). Analisis Penerapan Strategi Direct Selling dan Dampaknya terhadap Volume Penjualan pada PT. Karya Pak Oles Tokcer di Desa Bengkel Tahun 2016 . *Pendidikan Ekonomu Undiksha*, 1-10.

- Mohammad Arief Budiana, N. A. (2023 ). Strategi Komunikasi Pemasaran dalam Mempertahankan Loyalitas Pelanggan di Terminal Petikemas Koja . *Manajemen*, 1-15 .
- Nevia Putri Hariwijaya, V. C. (2021). Received Luxury Value dan Pengaruhnya terhadap Minat Menginap di Hotel Bintang Lima . *Manajemen Pemasaran* , 1-11.
- Ni Ketut Rahayu Laksmi Uttami, I. k. (2014 ). Peran Citra Hootel dan Kepuasan Pelanggan dalam Memediasi Pengaruh Kualitas Pelayanan terhadap Loyalitas Pelanggan pada Hotel Melati di Kawasan Wisata Kuta . *Ekonomi dan Bisnis* , 1-15 .
- Nungky Puspita, H. N. (2019). Pengaruh Program Direct Marketing terhadap Customer Relationship Management pada Function Room di Hariis Hotel Sentul City Bogor . *Manajemen Perhotelan* , 1-12.
- Ragina Warindrasti, A. A. (2021). Mampukah Kepuasan Konsumen Memediasi Pengaruh Personal Selling, Direct Selling dan Nilai-Nilai Islam terhadap Loyalitas Nasabah? . *Management and Digital Business* , 1-12 .
- Repiyani Hendrian, E. A. (2014 ). Pengaruh Program Direct Marketing terhadap Keputusan Menggunakan Meeting Package Grand Hotel Lembang . *Manajemen Pemasaran Pariwisata* , 1-12.
- Savira Maulana, Y. E. (2022). Pengaruh Direct Marketing terhadap Keputusan Pembelian dalam Menggunakan Social Event Package di Art deco Luxury Hotel & Residence Bandung . *Tourism Destination and Attractive* , 1-16 .
- Selvy Normasari, S. K. (2013 ). Pengaruh Kualitas Pelayanan terhadap Kepuasan Pelanggan, Citra Perusahaan dan Loyalitas Pelanggan . *Administrasi Bisnis* , 1-9.
- Tri Novita Sari, G. E. (2023 ). Implementasi Strategi Direct Selling Sebagai strategi Pemasaran SPJ Collection untuk Meningkatkan Volume Penjualan . *Manajemen Bisnis* , 1-10.



**Lembaga Informasi dan Publikasi**  
Fakultas Ekonomi dan Bisnis, Universitas Muhammadiyah Malang  
**Tanda Terima Cek Plagiasi**



Tanggal : 18/1/2024

Kode : 2272940956  
Nama : Anindya Ayu Prameswari  
NIM : 202010160311483  
Prodi : Manajemen  
Naskah publikasi : **LULUS**  
Penerjemah Abstrak : Selesai

Kepala LIP



Kenny Roz, S.Kom., M.M

|  |   |   |
|--|---|---|
|                             | <b>Jurnal Manajemen Bisnis dan Kewirausahaan (JAMANIKA)</b><br>Program Studi Manajemen, Fakultas Ekonomi & Bisnis,<br>Universitas Muhammadiyah Malang<br>E-mail: jamanika@umm.ac.id   |   |
| <b>TANDA TERIMA PENERIMAAN DOKUMEN NASKAH PUBLIKASI TUGAS AKHIR MAHASISWA</b>                                |   |   |
| Telah diterima dari  |   |   |
| Nama :   | Anindya Ayu Prameswari  |   |
| NIM :  | 202010160311478   |   |
| Tanggal Upload :   | 12 Februari 2024  |   |
| <b>Nama File</b>   | <b>Versi</b>  | <b>Keterangan</b>   |
| Softfile Skripsi<br>(Cover + Lembar Pengesahan,<br>BAB 1 – V, Lampiran jika ada)<br>dengan ukuran maks. 10MB | <input checked="" type="checkbox"/> File versi Ms. Word <input checked="" type="checkbox"/><br>File versi pdf   | <input checked="" type="checkbox"/> Sesuai<br><input type="checkbox"/> Tidak Sesuai |
| Softfile Naskah Publikasi<br>sesuai template JAMANIKA<br>dalam Bahasa Inggris                                | <input checked="" type="checkbox"/> File versi Ms. Word   | <input checked="" type="checkbox"/> Sesuai<br><input type="checkbox"/> Tidak Sesuai |
| <b>Divalidasi Pada Tanggal</b>   |   |   |
| 13 Februari 2024   | <p><b>Pengelola Jurnal Manajemen Bisnis &amp; Kewirausahaan</b><br/>Managing Editor</p>  <p><b>Jamanika</b><br/>Khusnul Rofida N., S.Pd., M.M</p> |   |