

**PENGARUH *SERVICE QUALITY* DAN *CUSTOMER VALUE* TERHADAP
CUSTOMER LOYALTY MELALUI *CUSTOMER RELIATIONSHIP*
MANAGEMENT HOTEL BINTANG 3 DI SURABAYA**



**OLEH:
DIAN DWI LESTARI
3103015126**

**JURUSAN MANAJEMEN
FAKULTAS BISNIS
UNIVERSITAS KATOLIK WIDYA MANDALA
SURABAYA
2019**

**PENGARUH *SERVICE QUALITY* DAN *CUSTOMER VALUE* TERHADAP
CUSTOMER LOYALTY MELALUI *CUSTOMER RELIATIONSHIP*
MANAGEMENT HOTEL BINTANG 3 DI SURABAYA**

SKRIPSI

Diajukan kepada

FAKULTAS BISNIS

UNIVERSITAS KATOLIK WIDYA MANDALA SURABAYA

Untuk memenuhi sebagian persyaratan

Memperoleh Gelar Sarjana Manajemen

Jurusan Manajemen

Oleh:

DIAN DWI LESTARI

3103015126

JURUSAN MANAJEMEN

FAKULTAS BISNIS

UNIVERSITAS KATOLIK WIDYA MANDALA

SURABAYA

2019

HALAMAN PERSETUJUAN
PENGARUH *SERVICE QUALITY* DAN *CUSTOMER VALUE* TERHADAP
CUSTOMER LOYALTY* MELALUI *CUSTOMER RELIATIONSHIP
MANAGEMENT HOTEL BINTANG 3 DI SURABAYA

Oleh:
DIAN DWI LESTARI
3103015126

Telah Disetujui, Diterima untuk Diajukan
Kepada Tim Penguji

Pembimbing I

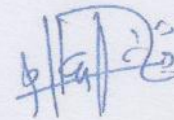
Pembimbing II



Drs. Ec. Cyrillius Martono, M.Si.

NIK. 311.89.0168

Tanggal 17 Juni 2019



Yuliasti Ika Handayani, SE., MM

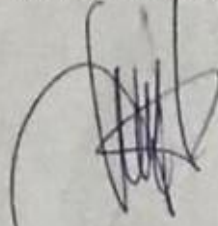
NIK. 311.18.0983

Tanggal 17 Juni 2019

HALAMAN PENGESAHAN

Skripsi yang ditulis oleh **Dian Dwi Lestari** dengan **NRP 3103015126**. Telah diuji pada tanggal 5 Juli 2019 dan dinyatakan lulus oleh Tim Penguji.

Ketua Tim Penguji



Dr. Tuty Lindawati SE., MM.

NIK. 311.97.0297

Mengetahui :

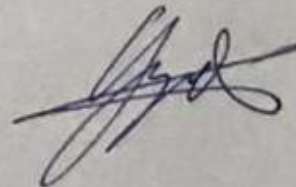
Dekan



Dr. Lodovicus Lasdi. MM., AK., CA., CPAI.

NIK . 321.99.0370

Ketua Jurusan,



Robertus Sigit H.L., SE, M.SC

NIK. 311.11.0678

PERNYATAAN KEASLIAN KARYA ILMIAH DAN PERSETUJUAN
PUBLIKASI KARYA ILMIAH

Demi perkembangan ilmu pengetahuan, saya sebagai mahasiswa Universitas
Katolik Widya Mandala Surabaya:

Saya yang bertanda tangan dibawah ini:

Nama : Dian Dwi Lestari

NRP : 3103015126

Judul Skripsi : PENGARUH *SERVICE QUALITY* DAN *CUSTOMER VALUE*
TERHADAP *CUSTOMER LOYALTY* MELALUI CUSTOMER
RELATIONSHIP MANAGEMENT HOTEL BINTANG 3 DI
SURABAYA

Menyatakan bahwa tugas akhir ini adalah ASLI karya tulis saya. Apabila karya ini
plagiaris, maka saya bersedia menerima sanksi yang akan diberikan oleh Fakultas
Bisnis Universitas Katolik Widya Mandala Surabaya. Saya menyetujui pula
bahwa karya tulis ini dipublikasikan/ ditampilkan di internet atau media lain
(*digital library* Perpustakaan Widya Mandala Surabaya) untuk kepentingan
akademik sebatas esuai dengan Undang-undang Hak Cipta.

Demikian pernyataan keaslian dan persetujuan publikasi karya ilmiah ini saya
buat dengan sebenarnya

Surabaya, 24 Juni 2019.



Dian Dwi Lestari

KATA PENGANTAR

Puji dan syukur kepada Tuhan YME atas segala berkat dan kelimpahan sehingga saya dapat menyelesaikan tugas akhir Skripsi ini. Laporan Tugas Akhir Skripsi ini disusun sebagai syarat kelulusan yang harus dipenuhi untuk mendapatkan gelar Sarjana Manajemen pada Fakultas Bisnis Jurusan Manajemen Universitas Katolik Widya Mandala Surabaya. Penyusunan Laporan Tugas Akhir Skripsi ini tidak akan berhasil dengan baik tanpa bantuan, bimbingan, dan dukungan dari berbagai pihak. Oleh Karena itu, penulis ingin menyampaikan terima kasih kepada:

1. Bapak Dr. Lodovicus Lasdi, MM., AK., CA.,CPAI. selaku Dekan Fakultas Bisnis Universitas Katolik Widya Mandala Surabaya.
2. Bapak Robertus Sigit H.L., SE., M.Sc selaku Ketua Jurusan Manajemen Fakultas Bisnis Universitas Katolik Widya Mandala Surabaya.
3. Bapak Drs.Ec. Cyrillius Martono, M.Si selaku dosen pembimbing I, dan Ibu Yiliasti Ika Handayani, SE., MM selaku dosen pembimbing II yang telah meluangkan waktu, tenaga, dan pikiran serta memberikan banyak saran dan nasehat untuk membimbing penulis dalam menyelesaikan skripsi ini.
4. Orang tua saya Papa dan Mama, kakak saya David, adik saya Devi dan semua keluarga saya yang telah memberi doa dan dukungan baik secara moral maupun materi selama saya kuliah di Universitas Katolik Widya Mandala Surabaya.
5. Teman-teman grup Marketing dan Bimbingan Skripsi yang telah membantu dalam memberikan informasi mengenai jadwal dan prosedur penulisan skripsi.
6. Rekan-rekan terdekat penulis Yashika, Eka, Indah, John dan teman-teman yang lain yang sudah selalu memberikan motivasi dan doa agar segera menyelesaikan skripsi.
7. Teman-teman jurusan manajemen angkatan 2015 yang selalu memberikan motivasi dan doa agar segera menyelesaikan skripsi.
8. Segenap dosen Fakultas Bisnis Universitas Katolik Widya Mandala Surabaya yang telah memberikan ilmu pengetahuan kepada penulis semasa kuliah.

9. Teman-Teman bimbingan Yashika, Indah, Eka.

10. Asisten lab Agnes, Fico.

Penulis menyadari bahwa dalam tugas akhir ini masih terdapat banyak kekurangan, maka dari itu kritik maupun saran yang membangun sangat diharapkan demi perbaikan skripsi ini. Semoga skripsi ini dapat memberikan manfaat dan menambah wawasan bagi pembacanya.

Surabaya, 24 Juni 2019.

Peneliti,



(Dian Dwi Lestari)

DAFTAR ISI

	Halaman
HALAMAN JUDUL.....	i
HALAMAN PERSETUJUAN.....	ii
HALAMAN PENGESAHAN.....	iii
SURAT PERNYATAAN KEASLIAN DAN PERSETUJUAN PUBLIKASI KARYA ILMIAH.....	iv
KATA PENGANTAR.....	v
DAFTAR ISI.....	vii
DAFTAR TABEL.....	ix
DAFTAR GAMBAR	xi
DAFTAR LAMPIRAN.....	xii
ABSTRAK.....	xiii
ABSTRACT.....	xiv
BAB 1 PENDAHULUAN	1
1.1. Latar Belakang	1
1.2. Rumusan Masalah	9
1.3. Tujuan Penelitian.....	9
1.4. Manfaat Penelitian.....	10
1.5. Sistematika Penulisan.....	10
BAB 2 TINJAUAN PUSTAKA	12
2.1. Landasan Teori	12
2.1.1 <i>Service Quality</i>	12
2.1.2 <i>Customer Value</i>	13
2.1.3 <i>Customer Relationship Management</i>	16
2.1.4 <i>Customer Loyalty</i>	19
2.2. Peneliti Terdahulu	20
2.3. Hubungan Antar Variabel.....	23
2.3.1 Hubungan <i>Service Quality</i> terhadap <i>Customer Relationship Management</i>	23
2.3.2 Hubungan <i>Customer Value</i> terhadap <i>Customer Relationship Management</i>	24

2.3.3	Hubungan <i>Customer Relationship Management</i> terhadap <i>Customer Loyalty</i>	26
2.4.	Model Penelitian.....	26
2.5	Hipotesis	28
BAB 3	METODE PENELITIAN.....	29
3.1.	Desain Penelitian.....	29
3.2.	Identifikasi Variabel	29
3.3.	Definisi Operasional Variabel	29
3.3.1	<i>Service Quality</i>	29
3.3.2	<i>Customer Value</i>	30
3.3.3	<i>Customer Relitionship management</i>	31
3.3.4	<i>Customer Loyalty</i>	32
3.4.	Jenis dan Sumber Data.....	32
3.5.	Skala Pengukuran Variabel.....	33
3.6.	Alat dan Metode Pengumpulan Data.....	33
3.7.	Populasi, Sampel, dan Teknik Pengambilan Sampel	34
3.7.1.	Populasi.....	34
3.7.2.	Sampel.....	34
3.7.3.	Teknik Pengambilan Sampel.....	34
3.8.	Teknik Analisis Data	35
3.8.1.	Uji Kecocokan Model Pengukuran (Outer Model).....	35
3.8.2.	Uji Kecocokan Keseluruhan Model.....	37
BAB 4	ANALISIS DAN PEMBAHASAN	39
4.1.	Gambaran Umum Objek Penelitian	39
4.1.1	Karakteristik Responden.....	39
4.2	Deskripsi Data	40
4.2.1	Statistik Deskriptif Variabel <i>Service Quality</i>	41
4.2.2	Statistik Deskriptif Variabel <i>Customer Value</i>	43
4.2.3	Statistik Deskriptif Variabel <i>Customer Relationship Management</i>	44
4.2.4	Statistik Deskriptif Variabel <i>Customer Loyalty</i>	45
4.3	Hasil Analisi Data	46

4.3.1 Evaluasi Outer	46
4.3.2 AVE (<i>Average Variance Extracted</i>)	46
4.3.3 Validitas Konvergen	47
4.3.4 Validitas Diskriminan	47
4.3.5 Composite Reliability	48
4.3.6 Cronbachs Alpha	49
4.3.7 Evaluasi Inner Model	49
4.3.8 Inner Model (Model Struktural)	49
4.3.9 Nilai R ²	50
4.3.10 Ukuran Efek Cohen (f ²)	51
4.3.11 Relevansi Prediktif (Q ²)	51
4.3.12 Hasil Hipotesis	52
4.4 Pembahasan	53
4.4.1 Pengaruh <i>Service Quality</i> terhadap <i>Customer Relationship Management</i> pada Hotel Bintang 3 di Surabaya.....	53
4.4.2 Pengaruh <i>Customer Value</i> terhadap <i>Customer Relationship Management</i> Hotel Bintang 3 di Surabaya.....	53
4.4.3 Pengaruh <i>Customer Relationship Management</i> terhadap <i>Customer Loyalty</i> pada Hotel Bintang 3 di Surabaya	54
BAB 5 KESIMPULAN DAN SARAN	56
5.1 Simpulan.....	56
5.2 Keterbatasan.....	56
5.3 Saran	57
5.3.1 Saran Praktis	57
5.3.2 Saran Akademik.....	57

DAFTAR PUSTAKA

LAMPIRAN

DAFTAR TABEL

	Halaman
Tabel 2.1 Beberapa Uraian Menurut Parah Ahli	16
Tabel 2.2 Perbandingan Penelitian Terdahulu dan Sekarang	21
Tabel 3.1 Rule of Thumbs Uji Validitas dalam PLS	36
Tabel 3.2 Rule of Thumbs Uji Relibilitas dalam PLS	37
Tabel 3.3 Batasan Nilai R-Square	37
Tabel 3.4 <i>Rule of Thumbs</i> Uji Hipotesis Parsial	38
Tabel 4.1 Frekuensi Responden Berdasarkan Usia	39
Tabel 4.2 Frekuensi Responden Berdasarkan Jenis Kelamin.....	40
Tabel 4.3 Interval Rata-rata Skor	41
Tabel 4.4 Statistik Deskriptif Variabel <i>Service Quality</i>	41
Tabel 4.5 Statistik Deskriptif Variabel <i>Customer Value</i>	43
Tabel 4.6 Statistik Deskriptif Variabel <i>Customer Relationship Management</i>	44
Tabel 4.7 Statistik Deskriptif Variabel <i>Customer Loyalty</i>	45
Tabel 4.8 AVE.....	46
Tabel 4.9 Validitas Konvergen.....	47
Tabel 4.10 Validitas Diskriminan (Cross Loading) Indikator.....	48
Tabel 4.11 Composite Reliability.....	48
Tabel 4.12 Cronbach'alpha.....	49
Tabel 4.13 Nilai R ²	51
Tabel 4.14 Nilai Efek Cohen setiap Jalur.....	51
Tabel 4.15 Nilai Relevansi Prediktif setiap Variabel Endogen.....	52
Tabel 4.16 Menunjukkan Hasil Pengujian Hipotesis pada Model Penelitian.....	52

DAFTAR GAMBAR

	Halaman
Gambar 2.1 Model Penelitian	27
Gambar 4.1 Model Penelitian Partial Least Square Algorithm.....	50

DAFTAR LAMPIRAN

- Lampiran 1 Kuesioner Penelitian
- Lampiran 2 Persyaratan Menjadi Responden
- Lampiran 3 Karakteristik Responden
- Lampiran 4 Tabel Frekuensi
- Lampiran 5a Jawaban Responden Tentang Variabel SQ
- Lampiran 5b Jawaban Responden Tentang Variabel CV,CRM, dan CL
- Lampiran 6 Hasil uji Validitas Convergent (Outer Loading)
- Lampiran 7 Hasil Validitas Discriminant (Cross Loadings)
- Lampiran 8 Average Variance Extraced (AVE)
- Lampiran 9 Model Variabel
- Lampiran 10 R Square
- Lampiran 11 F-Square
- Lampiran 12 Q²
- Lampiran 13 hasil T-Value,Standart deviasi, P-Value
- Lampiran 14 Jurnal 1: The effects of service convenience and perceived quality on perceived value, satisfaction and loyalty in low-cost fitness center
- Lampiran 15 Jurnal 2: Analisa pengaruh service quality terhadap behavioral intention dengan perceived value dan customer satifaction sebagai variabel intervening pada pendidiakn tinggi

**PENGARUH *SERVICE QUALITY* DAN *CUSTOMER VALUE* TERHADAP
CUSTOMER LOYALTY MELALUI *CUSTOMER RELATIONSHIP*
MANAGEMENT HOTEL BINTANG 3 DI SURABAYA**

ABSTRAK

Industri jasa merupakan salah satu fenomena yang unik dalam pembangunan nasional suatu bangsa. Semakin maju suatu bangsa, maka semakin besar kontribusi dari komponen jasa pada struktur pendapatan nasional suatu bangsa. Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui dan menganalisis pengaruh *service quality* dan *percieved value* terhadap *customer loyalty* melalui *customer relationship management* hotel bintang 3 di Surabaya. Penelitian ini menggunakan teknik pengambilan sampel yaitu non probability sampling dengan cara purposive sampling, dengan jumlah sampel sebanyak 150 responden. Setiap responden tersebut merupakan individu yang pernah mengunjungi dan bermalam di hotel bintang 3 Surabaya. Kuesioner digunakan untuk mengumpulkan data dan selanjutnya diolah dengan teknik analisis SEM (Structural Equation Modeling) dengan program SmartPLS 3.0. Hasil penelitian ini dapat disimpulkan: (1) *service quality* berpengaruh positif terhadap *customer relationship management* (2) *customer value* berpengaruh positif terhadap *customer relationship management* (3) *customer relationship management* berpengaruh positif terhadap *customer loyalty*

Kata Kunci: *Service Quality, Customer Value, Customer Relationship Management, Customer Loyalty*

**THE EFFECT OF *SERVICE QUALITY* AND *CUSTOMER VALUE* TO
CUSTOMER LOYALTY WITH *CUSTOMER RELATIONSHIP*
MANAGEMENT IN 3 STARS HOTEL IN SURABAYA**

ABSTRACT

The service industry is a unique phenomenon in development progress every nations . The further the country is , the more service industry contributed for nations income structure . This research is intend to understand and analyze the influence of serviced quality and perceived value for customer relationship management in 3 stars hotel in surabaya. This research method is using sample opinion like non probabily sampling with purposive sampling method, with total sample of 150 respondend. Every respondend is people who have visit and stay at 3 stars hotel in surabaya. This questionnaire using to collect data and next processed with SEM (Structural Equation Modeling) method technique with SmartPLS 3.0 program. The result of the research , we can conclude that ,(1) service quality give positive effect to customer relationship management. (2) customer value give positive efect to customer relationship management. (3) customer relationship management give positive effect to customer loyalty

Keywords : service quality, customer value, customer relationship management, customer loyalty .