

**SKRIPSI**

**PENGARUH CUSTOMER RELATIONSHIP MANAGEMENT,  
FASILITAS DAN KEUNGGULAN BERSAING TERHADAP  
KEPUASAN KONSUMEN DI HOTEL OYO URBAN 18  
SURABAYA**



**OLEH:**

**FREDERIKUS DICKY HERMAWAN**

**17110011**

**PROGRAM STUDI MANAJEMEN  
FAKULTAS EKONOMI  
UNIVERSITAS KATOLIK DARMA CENDIKA  
SURABAYA**

**2021**

**SKRIPSI**

**PENGARUH CUSTOMER RELATIONSHIP MANAGEMENT,  
FASILITAS DAN KEUNGGULAN BERSAING TERHADAP  
KEPUASAN KONSUMEN DI HOTEL OYO URBAN 18  
SURABAYA**

Karya Ilmiah Milik Perpustakaan Universitas Katolik Darma Cendika. Hanya dipergunakan untuk keperluan pendidikan dan penelitian. Segala bentuk pelanggaran/plagiasi akan dituntut sesuai dengan undang-undang yang berlaku.



**Disusun Oleh :**

**FREDERIKUS DICKY HERMAWAN**

**17110011**

**PROGRAM STUDI MANAJEMEN**

**FAKULTAS EKONOMI**

**UNIVERSITAS KATOLIK DARMA CENDIKA**

**SURABAYA**

**2021**



Karya Ilmiah Milik Perpustakaan Universitas Katolik Darma Cendika. Hanya dipergunakan  
untuk keperluan pendidikan dan penelitian. Segala bentuk pelanggaran/plagiasi akan  
dituntut sesuai dengan undang-undang yang berlaku.

# **PENGARUH CUSTOMER RELATIONSHIP MANAGEMENT, FASILITAS DAN KEUNGGULAN BERSAING TERHADAP KEPUASAN KONSUMEN DI HOTEL OYO URBAN 18 SURABAYA**

## **SKRIPSI**

**Diajukan Sebagai Salah Satu Persyaratan Untuk Memperoleh  
Gelar Sarjana Ekonomi**



**Oleh :**

**FREDERIKUS DICKY HERMAWAN**

**17110011**

**PROGRAM STUDI MANAJEMEN**

**FAKULTAS EKONOMI**

**UNIVERSITAS KATOLIK DARMA CENDIKA**

**SURABAYA**

**2021**

## LEMBAR PERSETUJUAN SKRIPSI

Nama : Frederikus Dicky Hermawan

NPM : 17110011

Fakultas : Ekonomi

Prodi : Manajemen

Judul Skripsi : Pengaruh *Customer Relationship Management, Fasilitas Dan Keunggulan Bersaing Terhadap Kepuasan Konsumen Di Hotel OYO Urban 18 Surabaya.*

**SKRIPSI INI DIAJUKAN UNTUK MEMENUHI PERSYARATAN  
PENYUSUNAN SKRIPSI JURUSAN MANAJEMEN**

Dosen Pendamping

(Dr. Thyophoida W.S. Panjaita, M.M)

Tanggal : .....

Mengetahui,

Ketua Program Studi Manajemen

(Lilik Indrawati, S.E., M.M)

Tanggal : .....

## Lembar Pengesahan

Skripsi yang ditulis oleh **Frederikus Dicky Hermawan** dengan NPM 17110011

Telah diuji pada hari Senin, 16 Agustus 2021

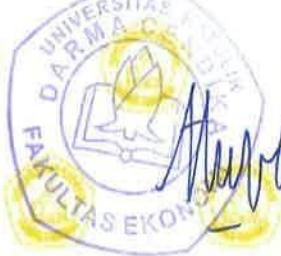
Dinyatakan **LULUS** oleh :

Ketua Tim Pengaji

Lilik Indrawati, SE., M.M

Mengetahui,

Dekan Fakultas Ekonomi



Ketua Program Studi



Dr. Thyphoida WSP, M.M

Lilik Indrawati, SE., M.M

## Lembar Pengesahan Skripsi

Pengaruh *Customer Relationship Management*, Fasilitas, Keunggulan

Bersaing Terhadap Kepuasan Konsumen Di Hotel OYO Urban 18 Surabaya

Telah diuji dan dipertahankan di depan

Tim penguji Skripsi

Fakultas Ekonomi Universitas Katolik Darma Cendika

Jurusan Manajemen Perhotelan

Pada Hari ..... Tanggal .....

Disusun oleh :

Nama : Frederikus Dicky Hermawan

NPM : 17110011

Fakultas : Ekonomi

Jurusan : Manajemen Perhotelan

Tim Penguji :

Nama :

1. Lilik Indrawati, SE., M.M (Ketua).....( )

2. Citra Anggraini T,S,E., M.M (Penguji 1).....( )

3. Dr. Thyophoida WSP, M.M (Penguji 2).....( )

## **SURAT PERNYATAAN KEASLIAN SKRIPSI**

Saya yang bertanda tangan dibawah ini :

Nama : Frederikus Dicky Hermawan

Fakultas : Ekonomi

Program Studi : Manajemen

Alamat : Jl. Kendangsari GG IX/58

No Identitas (KTP) : 3520132805980002

Penulis menyatakan bahwa dalam Tugas Akhir ini benar-benar hasil karya sendiri, karya ini diajukan untuk memperoleh gelar sarjana di Universitas Katolik Darma Cendika Surabaya. Dengan ini menyatakan bahwa skripsi dengan judul Pengaruh *Customer Relationship Management*, Fasilitas Dan Keunggulan Bersaing Terhadap Kepuasan Konsumen Di Hotel OYO Urban 18 Surabaya merupakan hasil karya saya sendiri berdasarkan hasil penelitian dan pemikiran saya sendiri yang belum pernah dipublikasikan secara keluruan maupun sebagian laporan. Laporan karya tulis skripsi ini sepenuhnya merupakan sebagai rujukan untuk karya ilmiah yang sesuai faedah akademik yang berlaku secara umum dan sesuai *design* penulisan.

Jika di suatu saat nanti terdapat atau terbukti bahwa saya ternyata melakukan tindakan menyalin atau meniru karya orang lain, maka saya bersedia untuk mendapatkan sanksi yang sesuai dengan ketentuan yang berlaku di Kampus Universitas Katolik Darma Cendika Surabaya.

Demikian pernyataan ini yang saya buat dengan sebenar-benarnya.

Surabaya, 3 Agustus 2021



Frederikus Dicky Hermawan

NPM : 17110011

## KATA PENGANTAR

Segala puji syukur kepada Tuhan Yang Maha Esa atas segala limpahan rahmat dan kasih-Nya sehingga penulis dapat menyelesaikan Tugas Akhir Skripsi yang berjudul “Pengaruh *Customer Relationship Management*, Fasilitas Dan Keunggulan Bersaing Terhadap Kepuasan Konsumen Di Hotel OYO Urban 18 Surabaya” dengan lancar dan tepat waktu. karya ini diajukan untuk salah satu syarat memperoleh gelar Sarjana Manajemen program strata satu (S-1) Fakultas Ekonomi di Universitas Katolik Darma Cendika Surabaya

Penulis sadar bahwa tanpa ajaran dari para pembimbing, tugas akhir skripsi ini tidak akan terselesaikan dan dilaksanakan dengan baik. Oleh karena itu penulis mengucapkan banyak terima kasih yang sangat dalam kepada para pihak yang turut terlibat dalam membantu proses penyusunan skripsi dalam menghadapi masalah yang ada, diantaranya kepada :

1. Dr Yustinus Budi Hermanto, M.M selaku Rektor Universitas Katolik Darma Cendika Surabaya.
2. Dr. Thyphoida W.S.P, M.M selaku Dekan Fakultas Ekonomi, dosen pembimbing skripsi, dan sekaligus penguji skripsi yang telah banyak meluangkan waktu, saran, dan kritik kepada penulis selama perkuliahan 7 (tujuh) semester dan juga selama proses penulisan skripsi.
3. Lilik Indrawati, S.E., M.M selaku Kepala Program Studi (Kaprodi) Manajemen serta ketua penguji skripsi yang telah memberikan dukungan dan yang selalu memberikan semangat kepada penulis untuk tetap fokus dalam mengerjakan skripsi.



4. Drs. Ec. Bruno Hami, M.M yang selaku penguji skripsi yang telah banyak memberikan dukungan, tenaga, dan pikiran untuk dapat menyelesaikan penulisan skripsi.
5. Citra Anggraini T,S.E., M.M yang selaku penguji skripsi yang telah memberikan saran, manfaat, bantuan bagi penulis selama penulisan skripsi.
6. Dr. V. Ratna Ingawati, M.M yang selaku dosen pembimbing akademik serta pengajar yang selalu memberikan doa, ilmu, manfaat yang baik bagi penulis dalam 7 (tujuh) semester.
7. Bapak dan Ibu dosen Fakultas Ekonomi dan seluruh staff Universitas Katolik Darma Cendika Surabaya yang memberikan dukungan dan arahan kepada penulis sehingga bisa berguna dalam penyusunan skripsi.
8. Kepada Manager, Supervisor, Staff, dan Karyawan pada Hotel OYO Urban 18 Surabaya, khususnya Ibu Maya selaku supervisor OYO Urban 18 Surabaya yang telah memberikan ijin kepada penulis untuk melakukan penelitian di Hotel tersebut.
9. Kepada seluruh Keluarga penulis, khususnya kepada kedua orang tua penulis atas dukungan semangat dan doa tanpa henti bagi penulis dalam penyusunan skripsi.
10. Kepada sahabat tercinta, Linda, Sardince, Riska, Faishol, Candra, dan Reno, yang memberikan dukungan, semangat, serta support dalam menyusun skripsi dengan baik.



11. Kepada seluruh teman-teman Universitas Katolik Darma Cendika Surabaya, terutama seluruh fakultas angkatan 2017 yang selalu menemani penulis selama 4 (empat) tahun di bangku perkuliahan.
12. Semua pihak yang tidak dapat penulis sebutkan satu per satu yang telah memberikan semangat, dukungan, dan doa dalam proses penyusunan skripsi serta perkuliahan hingga bisa mendapatkan gelar sarjana.

Akhir kata, dengan kemampuan yang masih kurang sempurna dan masih terbatas, kiranya semoga bagi para pembaca dapat memberikan kritik serta saran guna memperoleh hasil yang maksimal. Harapan penulis semoga apa yang terkandung di dalam tugas peneliti ini bisa menjadi panutan dan bermanfaat bagi semua orang dan bisa mendalami serta mengolah setiap variabel yang penulis sebutkan. Atas perhatiannya penulis mengucapkan terima kasih.

Surabaya, 3 Agustus 2021

Frederikus Dicky Hermawan





## DAFTAR ISI

LEMBAR PERSETUJUAN SKRIPSI .....	i
LEMBAR PENGESAHAN.....	ii
LEMBAR PENGESAHAN SKRIPSI .....	iii
SURAT PERNYATAAN KEASLIAN SKRIPSI .....	iv
KATA PENGANTAR .....	v
DAFTAR ISI .....	vii
DAFTAR TABEL .....	xii
DAFTAR GAMBAR .....	xiii
DAFTAR LAMPIRAN.....	xiv
ABSTRAK .....	xv
BAB I PENDAHULUAN .....	1
1.1 Latar Belakang Masalah .....	1
1.2 Rumusan Masalah .....	7
1.3 Tujuan Penelitian .....	8
1.4 Manfaat Penelitian.....	8
1.4.1 Manfaat Teoritis .....	8
1.4.2 Manfaat Praktis .....	8
BAB II TINJAUAN PUSTAKA .....	10
2.1 Landasan Teori.....	10
2.1.1 <i>Customer Relationship Management</i> (CRM) .....	10
2.1.1.1 Pengertian <i>Customer Relationship Management</i> .....	10
2.1.1.2 Faktor-faktor yang mempengaruhi CRM.....	11
2.1.1.3 Fungsi-fungsi dalam CRM .....	12
2.1.1.4 Indikator <i>Customer Relationship Management</i> (CRM).....	12
2.1.2 Fasilitas .....	13

2.1.2.1 Pengertian Fasilitas .....	13
2.1.2.2 Faktor-Faktor yang berpengaruh terhadap fasilitas .....	14
2.1.2.3 Indikator Fasilitas .....	15
2.1.3 Keunggulan Bersaing .....	15
2.1.3.1 Pengertian Keuggulan Bersaing .....	15
2.1.3.2 Faktor-Faktor Dalam Mempengaruhi Keunggulan Bersaing ....	16
2.1.3.3 Indikator Keunggulan Bersaing.....	17
2.1.4 Kepuasan Konsumen .....	17
2.1.4.1 Pengertian Kepuasan Konsumen .....	17
2.1.4.2 Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Kepuasan Konsumen .....	18
2.1.4.3 Strategi Kepuasan Konsumen .....	18
2.1.4.4 Indikator Kepuasan Konsumen .....	19
2.1.5 Pengaruh Antar Variabel .....	20
2.1.5.1 Pengaruh CRM terhadap Kepuasan Konsumen .....	20
2.1.5.2 Pengaruh Fasilitas terhadap Kepuasan Konsumen .....	20
2.1.5.3 Pengaruh Keunggulan Bersaing terhadap Kepuasan Konsumen	21
2.2 Penelitian Terdahulu.....	21
2.2.1 Penelitian Terdahulu I.....	21
2.2.2 Penelitian Terdahulu II .....	23
2.2.3 Penelitian Terdahulu III .....	25
2.2.4 Penelitian Terdahulu IV .....	26
2.3 Rerangka Pemikiran .....	28
2.4 Kerangka Konseptual .....	29
2.5 Hipotesis Penelitian.....	29
BAB III METODE PENELITIAN .....	31
3.1 Objek Penelitian .....	31



3.1.1 Waktu dan Tempat Penelitian .....	31
3.2 Pendekatan Penelitian dan Sumber Data.....	31
3.2.1 Pendekatan Penelitian.....	31
3.2.2 Sumber Data.....	32
3.3 Variabel Penelitian .....	32
3.4 Definisi Operasional Variabel dan Pengukurannya .....	33
3.5 Populasi dan Sampel .....	35
3.5.1 Populasi.....	35
3.5.2 Sampel .....	36
3.6 Teknik Pengumpulan Data .....	37
3.6.1 Metode Penelitian.....	37
3.7 Teknik Pengukuran Data .....	37
3.8 Analisis Data.....	38
3.8.1 Uji Validitas .....	38
3.8.2 Uji Reliabilitas .....	39
3.9 Metode dan Teknik Analisis Data.....	39
3.9.1 Uji Asumsi Klasik .....	40
3.9.1.1 Uji Normalitas .....	40
3.9.1.2 Uji Heteroskedastisitas.....	41
3.9.1.3 Uji Multikolinieritas .....	41
3.9.2 Regresi Linear Berganda .....	41
3.9.3 Koefisien Determinasi ( $R^2$ ) .....	42
3.9.4 Uji Hipotesis .....	43
3.9.4.1 Uji t .....	43
BAB IV HASIL PENELITIAN.....	45
4.1 Gambaran Umum Obyek Penelitian .....	45



4.1.1 Sejarah Singkat Perusahaan OYO .....	45
4.1.2 Sejarah OYO Urban 18 Surabaya .....	46
4.1.3 Visi Misi Perusahaan .....	47
4.2 Identitas Responden .....	48
4.2.1 Jenis Kelamin .....	48
4.2.2 Usia .....	49
4.2.3 Pekerjaan.....	50
4.3 Pembahasan dan Analisis Data .....	50
4.3.1 <i>Customer Relationship Management (CRM)</i> .....	52
4.3.2 Fasilitas .....	53
4.3.3 Keunggulan Bersaing .....	54
4.3.4 Kepuasan Konsumen .....	55
4.4 Hasil Uji Validitas .....	56
4.5 Hasil Uji Reliabilitas .....	58
4.6 Hasil Uji Asumsi Klasik .....	58
4.6.1 Uji Normalitas .....	58
4.6.2 Uji Multikolinieritas .....	59
4.6.3 Uji Heteroskedastisitas .....	60
4.7 Uji Regresi Linear Berganda .....	61
4.8 Hasil Uji Koefisien Determinasi ( $R^2$ ) .....	63
4.9 Hasil Uji t.....	64
BAB V PENUTUP .....	69
5.1 Simpulan .....	69
5.2 Saran .....	70

## DAFTAR PUSTAKA

## LAMPIRAN



## DAFTAR TABEL

Tabel 1.1 Pertumbuhan Hotel Berbintang Kota Surabaya 2017-2020 .....	3
Tabel 1.2 Tingkat Hunian Kamar Periode 2019 – Desember 2020 Hotel OYO Urban 18 Surabaya .....	4
Tabel 3.1 Skala Likert .....	38
Tabel 3.2 Interpretasi Koefisien Determinasi ( $R^2$ ).....	43
Tabel 4.1 Distribusi Responden Berdasarkan Jenis Kelamin.....	48
Tabel 4.2 Distribusi Responden Berdasarkan Usia .....	49
Tabel 4.3 Distribusi Responden Berdasarkan Pekerjaan .....	50
Tabel 4.4 Range Data Jawaban Responden .....	51
Tabel 4.5 Hasil Jawaban Responden Variabel <i>Customer Relationship Management</i> (CRM).....	52
Tabel 4.6 Hasil Jawaban Responden Variabel Fasilitas .....	53
Tabel 4.7 Hasil Jawaban Responden Variabel Keunggulan Bersaing .....	54
Tabel 4.8 Hasil Jawaban Responden Variabel Kepuasan Konsumen .....	55
Tabel 4.9 Hasil Uji Validitas .....	57
Tabel 4.10 Hasil Uji Reliabilitas .....	58
Tabel 4.11 Hasil Uji Multikolinieritas .....	60
Tabel 4.12 Hasil Uji Regresi Linear Berganda .....	62
Tabel 4.13 Hasil Uji Koefisien Determinasi .....	64
Tabel 4.14 Hasil Uji t .....	65



## DAFTAR GAMBAR

Gambar 2.1 Rerangka Pemikiran.....	28
Gambar 2.2 Kerangka Konseptual.....	29
Gambar 4.1 Hasil Uji Normalitas .....	59
Gambar 4.2 Hasil Uji Heteroskedastisitas Scatterplot.....	61
Gambar 4.3 Hasil Kurva Uji t <i>Customer Relationship Management</i> .....	66
Gambar 4.4 Hasil Kurva Uji t Fasilitas.....	67
Gambar 4.5 Hasil Kurva Uji t Keunggulan Bersaing .....	68



## **DAFTAR LAMPIRAN**

- Lampiran 1. Angket Kuesioner  
Lampiran 2. Tabulasi Data Kuesioner  
Lampiran 3. r tabel  
Lampiran 4. t tabel  
Lampiran 5. Uji Data Responden  
Lampiran 6. Uji Variabel Deskriptif  
Lampiran 7. Uji Validitas  
Lampiran 8. Uji Reliabilitas  
Lampiran 9. Uji Normalitas  
Lampiran 10. Uji Multikolinearitas  
Lampiran 11. Uji Heteroskedastisitas  
Lampiran 12. Uji Regresi Linear Berganda  
Lampiran 13. Uji Koefisien Determinasi  
Lampiran 14. Uji t  
Lampiran 15. Hasil Kurva Uji t



## ABSTRAK

Pertumbuhan pembangunan hotel berbintang terus meningkat dan berkembang di Kota Surabaya setiap periode berjalan sesuai dengan tingkat hunian kamar pada masing-masing hotel. Hotel merupakan salah satu sarana peristirahatan bagi pariwisata. Tujuan penelitian ini untuk mengetahui pengaruh *Customer Relationship Management*, Fasilitas dan Keunggulan Bersaing terhadap Kepuasan Konsumen di Hotel OYO Urban 18 Surabaya. Metode penelitian ini menggunakan metode Kuantitatif. Populasi dalam penelitian ini adalah konsumen yang menginap di Hotel OYO Urban 18 Surabaya, sedangkan sampel dalam penelitian ini mengambil sampel sebanyak 75 responden dengan menggunakan *Accidental Sampling*. Berdasarkan hasil pengolahan data dengan SPSS versi 20 dapat dikatakan semua item pernyataan dinyatakan valid dan semua variabel dinyatakan reliabel. Dalam Uji Asumsi Klasik bahwa semua asumsi klasik terpenuhi. Koefisien Determinasi ( $R^2$ ) dengan nilai *Adjusted R Square* 0,739 artinya berkontribusi kuat. Berdasarkan hasil uji t dapat diketahui *Customer Relationship Management* (X1), Fasilitas (X2), Keunggulan Bersaing (X3) berpengaruh signifikan terhadap Kepuasan Konsumen (Y) pada Hotel OYO Urban 18 Surabaya.

*Kata Kunci : Customer Relationship Management, Fasilitas, Keunggulan Bersaing, Kepuasan Konsumen.*



## **ABSTRACT**

The growth of five-star hotel development continues to increase and develop in the city of Surabaya every current period in accordance with the room occupancy rate in each hotel. The hotel is one of the means of rest for tourism. The purpose of this study was to determine the effect of Customer Relationship Management, Facilities and Competitive Advantage on Customer Satisfaction at Hotel OYO Urban 18 Surabaya. This research method uses the quantitative method. The population in this study were consumers who stayed at Hotel OYO Urban 18 Surabaya, while the sample in this study took a sample of 75 respondents using Accidental Sampling. Based on the results of data processing with SPSS version 20, it can be said that all statement items are declared valid and all variables are declared reliable. In the Classical Assumption Test that all classical assumptions are met. The coefficient of determination ( $R^2$ ) with an Adjusted R Square value of 0.739 means that it contributes strongly. Based on the results of the t test, it can be seen that Customer Relationship Management (X1), Facilities (X2), Competitive Advantage (X3) have a significant effect on Consumer Satisfaction (Y) at OYO Urban 18 Surabaya Hotel.

*Keywords:* *Customer Relationship Management, Facilities, Competitive Advantage, Consumer Satisfaction.*

