

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Gambaran Umum

1.1.1 Profil Hotel Kirei Bantaeng

Industri hotel disamping memiliki ciri-ciri khas sebagai industri pariwisata pada umumnya, juga memiliki karakteristik yang membedakan dengan industri lain. Karakteristik itu antara lain industri hotel tergolong industri yang padat modal dan padat karya, industri hotel dipengaruhi oleh perubahan yang terjadi di berbagai sektor, industri hotel menghasilkan dan memasarkan produknya bersamaan dengan tempat dimana produk itu dihasilkan, industri hotel bekerja selama dua puluh empat jam tanpa mengenal libur dalam melayani tamu, industri hotel menganggap dan memperlakukan tamu sebagai raja. Waktu untuk check-in di Kirei Hotel Bantaeng adalah mulai dari pukul 00:00-23:59 dan waktu check-out paling lambat pukul 12:00 WITA.

Hotel Kirei Bantaeng didirikan oleh seorang pengusaha di Kabupaten Bantaeng yang bernama Arvan Harjadi pada tanggal 01 Juni 2016 yang kemudian mulai beroperasi pada tanggal 01 Juni 2018 dan terdaftar berdasarkan Pertribusi Perizinan Tertentu dengan Nomor 9274/503.4/00/X/2016 yang ditandatangani oleh Kepala Kantor PTSP Muhammad Tafsir P. S.,S., M.AP.



Gambar 1. 1 Bangunan Hotel Kirei Bantaeng

Sumber: Tokocernews, 2021

Hotel Kirei Bantaeng juga memberikan beberapa fasilitas yang dapat memanjakan pengunjung, seperti AC, wifi gratis, sarapan, minuman, akses ke pantai, parkir gratis, air panas untuk mandi, dan layanan binatu. Tentunya fasilitas ini dapat menjadi pengalaman yang baik buat pengunjung. Untuk aktivitas marketing hotel Kirei Bantaeng menggunakan sosial media instagram dan facebook untuk memasarkan kepada konsumen, selain itu hotel Kirei Bantaeng juga bekerjasama dengan traveloka, pegi-peggi dan aladin untuk memasarkannya, sehingga pengunjung dapat memesan dan melakukan pembayaran melalui aplikasi.

1.1.2 Visi, Misi dan Tujuan

a. Visi

Visi hotel Kirei Bantaeng adalah menjadi hotel pilihan utama di Kabupaten Bantaeng dan sekitarnya. Kami berkomitmen untuk memberikan pelayanan terbaik dengan fasilitas terbaik demi kepuasan pelanggan.

b. Misi

Misi merupakan sebuah pernyataan yang digunakan sebagai cara untuk mengomunikasikan tujuan dari sebuah organisasi. Walaupun sering tidak berubah dalam jangka waktu yang lama, sebuah organisasi tidak lazim

memperbarui pernyataan misi mereka dan umumnya terjadi ketika sebuah organisasi berkembang.

Misi Hotel Kirei Bantaeng adalah :

1. Memberikan fasilitas terbaik dan kenyamanan.
2. Pelayanan yang ramah dan berkesan di hati pengunjung.
3. Memenuhi harapan pelanggan melalui masukan-masukan yang dapat memperbaiki kualitas hotel.
4. Menjaga kualitas pelayanan pekerja melalui pembekalan pelatihan secara rutin.

c. Tujuan

Pendirian Hotel Kirei Bantaeng bertujuan sebagai penginapan dan rumah makan yang terkesan mewah dan nyaman namun memberikan harga yang terjangkau. Hotel Kirei Bantaeng juga diharapkan dapat menjadi salah satu icon bagi Kabupaten Bantaeng dan dapat membantu penyerapan tenaga kerja lokal yang kemudian dididik dan dapat memberikan pelayanan yang berkualitas.

1.1.3 Logo Hotel Kirei Bantaeng

Berikut adalah logo dari Hotel Kirei Bantaeng :

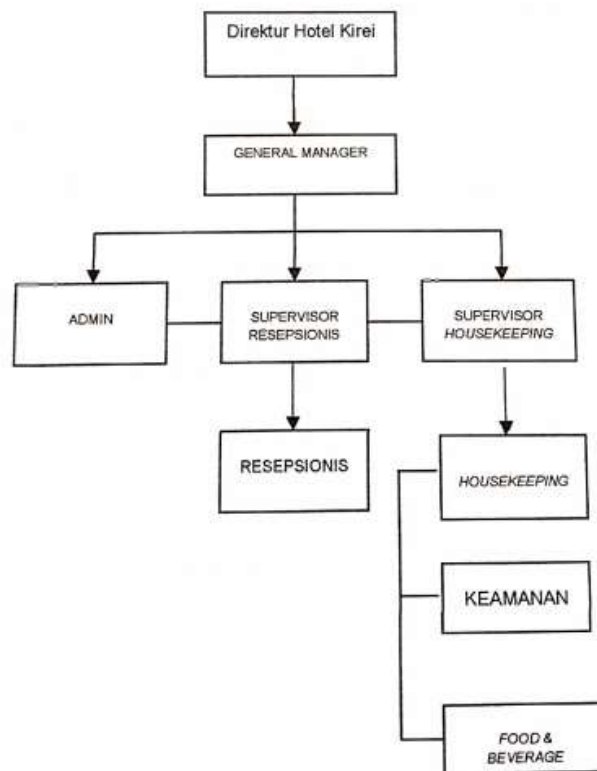


Gambar 1. 2 Logo Hotel Kirei Bantaeng

Sumber : Manager Hotel Kirei Bantaeng, 2021

1.1.4 Struktur Organisasi

Struktur organisasi menjadi salah satu hal yang penting dalam sebuah perusahaan. Struktur organisasi adalah sekelompok orang yang berkerjasama untuk mencapai tujuan yang telah disepakati. Struktur organisasi merupakan suatu susunan dan hubungan antara tiap bagian serta posisi yang ada pada suatu organisasi atau perusahaan dalam melayani konsumen pada Kirei Hotel Bantaeng.



Gambar 1. 3 Struktur Organisasi Hotel Kirei Bantaeng

Sumber: Manager Hotel Kirei Bantaeng

a. Direktur

1. Memimpin dan bertanggung jawab menjalankan perusahaan.
2. Bertanggung jawab terhadap kerugian yang mungkin dihadapi perusahaan, pun bertanggung jawab terhadap keuntungan perusahaan.
3. Menentukan, merumuskan, dan memutuskan sebuah kebijakan dalam perusahaan.
4. Merencanakan, mengembangkan dan mengelola berbagai sumber pendapatan dan pembelanjaan kekayaan milik perusahaan.
5. Menyusun dan menetapkan berbagai strategi strategis untuk mencapai visi dan misi perusahaan.
6. Mengkoordinasikan dan mengawasi semua kegiatan di perusahaan, mulai bidang administrasi, kepegawaian hingga pengadaan barang.

b. General Manager

1. Mengelola visi dan misi yang telah dibuat.
2. Memimpin hotel dan menjadi fasilitator bagi seluruh karyawannya di semua level jabatan di unit hotel.
3. Mengelola operasional harian hotel, merencanakan, melaksanakan, mengoordinasi, mengawasi dan menganalisis semua aktivitas di hotel.
4. Merencanakan dan mengontrol kebijakan hotel agar dapat berjalan dengan maksimal.
5. Memastikan setiap departemen melakukan strategi hotel dengan efektif dan optimal.
6. Memutuskan dan membuat kebijakan untuk kemajuan hotel.

c. Admin

1. Melakukan pembukuan berupa pengeluaran dan pemasukan kas
2. Mengurus surat yang keluar atau masuk.
3. Pendataan mengenai pegawai dan kontrak pegawai.
4. Mengatur jadwal masuk pegawai.

d. Supervisor Housekeeping

Mengawasi, mengatur dan mengontrol semua yang menyangkut kegiatan housekeeping dalam hal pembersihan dan kelengkapan-kelengkapan dalam kamar.

e. Supervisor Front Office

1. Mengawasi, mengatur dan mengontrol semua yang menyangkut
2. Operasional yang ada di front office departemen.

f. Housekeeping

Melakukan tugas pembersihan kamar dan kelengkapan-kelengkapan dalam kamar. Bukan hanya kebersihan tapi fungsi kenyamanan harus terus terjaga sesuai dengan SOP yang berlaku.

g. Front Office

Bertanggung jawab atas penjualan kamar hotel berdasarkan cara yang sistematis melalui reservasi hingga penyerahan kamar kepada tamu hotel dan memberikan pelayanan informasi kepada para tamu hotel selama mereka berada dan menginap dihotel.

h. Keamanan

Bertanggung jawab atas keamanan hotel secara keseluruhan. Ruang lingkup pengamanan hotel meliputi para karyawan, para tamu, dan aset hotel. Security perlu menciptakan kondisi yang aman sehingga tamu betah tinggal di hotel dan para pegawai bekerja dengan nyaman.

i. Food & Beverage

Penghasilan utama atau penghasilan lainnya sebagian besar hotel yang menggantungkan dari penjualan makanan dan minuman. Bagian ini memiliki tugas dan tanggungjawab membuat, menyiapkan, dan menyajikan makan dan minuman yang ada didalam hotel kepada tamu.

1.2 Latar Belakang

Sejak awal merebaknya pandemi covid-19 di Indonesia, industri pariwisata dan perhotelan menjadi salah satu sektor usaha yang paling terdampak. Perhimpunan Hotel dan Restoran Indonesia (PHRI) memprediksi, industri pariwisata dan hotel belum akan pulih di tahun ini. Sekretaris Jenderal PHRI Maulana Yusran mengungkapkan, pada tahun 2020, tingkat okupansi paling tinggi secara rata-rata nasional hanya mencapai 35%. Dibandingkan tahun 2019 sebelum masa pandemi, tingkat okupansi turun di level 20%. Penurunan tingkat okupansi yang cukup tajam terjadi ada Kuartal I (Q1) dan Q2 2020. Okupansi sempat tumbuh pada periode Q4 seiring dengan masa liburan. Namun, pada Q1-2021, tingkat okupansi kembali mengalami penurunan.

Dengan protokol yang cukup rumit, masyarakat masih lebih memilih bepergian menggunakan kendaraan pribadi. Akibatnya okupansi di setiap daerah belum merata, lantaran masyarakat lebih memilih berwisata ke destinasi yang lebih dekat dengan tempat tinggalnya. (Industri.kontan.co, 2020)

Jasa perhotelan adalah suatu industri atau usaha jasa yang dikelola secara komersial (Hermawan dkk., 2018). Sedangkan pengertian Hotel menurut SK Menparpostel No. KM/37/PW/304/MPPT-86 adalah suatu jenis akomodasi yang menyediakan sebagian atau seluruh bangunan untuk menyediakan jasa penginapan, makanan dan minuman serta jasa lainnya bagi umum, yang dikelola secara komersial. Dari pengertian diatas dapat disimpulkan bahwa hotel adalah :

- a. Merupakan jenis akomodasi
- b. Menyediakan pelayanan akomodasi, makanan dan minuman disediakan bagi setiap orang
- c. Dikelola secara komersial (bertujuan untuk mencari keuntungan).

Industri Pariwisata merupakan salah satu industry yang terdampak sangat besar akan pandemi ini, khususnya sektor akomodasi wisata atau perhotelan. Merebaknya kasus virus korona di berbagai negara khususnya di China berdampak pada tingkat kunjungan wisatawan mancanegara (wisman) ke Indonesia. Kunjungan wisman pada Januari 2020 mengalami penurunan 7,62 persen dibandingkan

Desember 2019, dari sebelumnya 1,37 juta wisman menjadi 1,27 juta wisman (month to month/mtm). Namun jika dibandingkan Januari 2019 tingkat kunjungan wisman Januari 2020 (year on year /yoy) meningkat 5,85 persen. Tahun lalu kunjungan wisman hanya mencapai 1,2 juta. pergerakan atau mobilitas manusia lintas negara mulai akhir Januari 2020 mulai berkurang demi menghindari dampak buruk dari penularan virus korona (Covid-19). Akibatnya tingkat kunjungan wisman di berbagai negara anjlok termasuk di Indonesia (Indopremier, 2020). Industri pariwisata, dimana didalamnya terdapat sektor akomodasi wisata atau perhotelan. Sektor ini secara umum didominasi oleh perusahaan besar baik dalam negeri maupun milik asing, sektor ini lumpuh beberapa bulan terakhir. Penelitian ini bertujuan untuk melihat dampak pandemi Covid-19 terhadap Industri Pariwisata khususnya yang bergerak di sektor perhotelan.

Hotel Kirei Bantaeng merupakan salah satu hotel yang ada di Kabupaten Bantaeng yang beralamat di Jl. Raya Lanto No.69, Pallantikang, Kec. Bantaeng, Kabupaten Bantaeng, Sulawesi Selatan. Hotel ini sering digunakan oleh pihak instansi pemerintah maupun swasta untuk melakukan pertemuan ataupun pelatihan karyawan, selain itu Hotel Kirei bertempat di lokasi yang sangat strategis dekat dengan pusat Kota Bantaeng. Industri hotel kirei Bantaeng disamping memiliki ciri-ciri khas sebagai industri pariwisata pada umumnya, juga memiliki karakteristik yang membedakan dengan industri lain. Karakteristik itu antara lain industri hotel tergolong industri yang padat modal dan padat karya, industri hotel dipengaruhi oleh perubahan yang terjadi di berbagai sektor, industri hotel menghasilkan dan memasarkan produknya bersamaan dengan tempat dimana produk itu dihasilkan, industri hotel bekerja selama dua puluh empat jam tanpa mengenal libur dalam melayani tamu, industri hotel menganggap dan memperlakukan tamu sebagai raja. Berikut daftar harga Hotel Kirei Bantaeng di era sebelum pandemic covid-19 dan saat pandemic covid-19:

TABEL 1. 1
HARGA HOTEL KIREI BANTAENG SEBELUM DAN SAAT COVID-19

Tipe Kamar	Sebelum COVID-19	Saat COVID-19
Deluxe Room	Rp 500.000	Rp 375.000

Sumber : Daftar Harga Hotel Kirei Bantaeng, 2021

Dari daftar harga diatas dapat disimpulkan bahwa pihak hotel Kirei Bantaeng menurunkan harga sewa hotel, dimana sebelum covid 19 harga sewa kamar Deluxe Room sebesar Rp 500.000, namun setelah adanya covid-19 harga sewa kamar diturunkan menjadi Rp 375.000, hal ini dilakukan pihak manajemen hotel Kirei Bantaeng untuk menarik daya minat konsumen untuk menginap di hotel Kirei Bantaeng disaat pandemic covid-19.



Gambar 1. 4 Jumlah Pengunjung Hotel Kirei Bantaeng 2019-2020

Sumber: Manager Hotel Kirei Banteng, 2020

Dari data diatas mengenai jumlah pengunjung Hotel Kirei Bantaeng di tahun 2019 hingga 2020, dari data diatas dapat dilihat bahwa jumlah pengunjung dari bulan

januari 2019 hingga januari 2020 cenderung mengalami peningkatan, namun disaat bulan februari ke maret 2020 hingga desember 2020 pengunjung hotel Kirei Bantaeng mengalami peningkatan yang sangat drastic, tentunya hal ini disebabkan karena adanya Pandemi covid 19 beredar di Indonesia, dimana masyarakat lebih memilih untuk di rumah saja, selain itu terdapat himbauan dari pemerintah supaya masyarakat di rumah saja.

Fenomena pada hotel kirei Bantaeng yaitu pada saat Pandemi covid 19 beredar di Indonesia, hotel ini tetap melayani tamu huni dan menjadi hotel yang termasuk pengunjung tamu terbanyak di kota Bantaeng pada akhir tahun 2019 dan awal tahun 2020, dibandingkan dengan hotel lain pada masa pandemi. Meskipun demikian jumlah pengunjung rata-rata setiap bulannya mengalami penurunan namun hotel kirei Bantaeng memiliki pengunjung terbanyak dibandingkan dengan hotel lain pada saat pandemi covid 19. Salah satu strategi yang menunjang keberhasilan hotel kirei menjadi salah satu hotel yang mempunyai pengunjung tamu terbanyak adalah dengan menerapkan *relationship marketing*.

Menurut Kotler dan Keller (2018:20) “*relationship marketing* adalah membangun hubungan jangka panjang yang saling memuaskan dengan pihak-pihak kunci, untuk mendapatkan dan mempertahankan bisnis”. Sedangkan menurut Kotler dan Armstrong (2018:34) *relationship marketing* adalah keseluruhan proses membangun dan mempertahankan hubungan pelanggan yang menguntungkan dengan memberikan nilai pelanggan dan kepuasan pelanggan.

Relationship marketing yang diterapkan oleh Hotel Kirei mengarah pada cara menarik pelanggan agar tetap menginap ulang seperti adanya potongan harga bagi pelanggan yang loyal. Hotel Kirei merupakan salah satu hotel yang mengedepankan kualitas pelayanan guna diperoleh suatu image positif dan peningkatan penjualan yang signifikan. Keunggulan yang ada pada Hotel Kirei yaitu bentuk fisik hotel yang mengesankan, prosedur yang mudah, dan model kualitas pelayanan prima yang didukung tenaga profesional didalamnya serta dapat memberikan kesan pada tamu melalui service yang diberikan. Berikut data mengenai *relationship marketing* yang

diterapkan oleh hotel kirei.

TABEL 1. 2
RELATIONSHIP MARKETING PADA HOTEL KIREI BANTAENG TAHUN
2020

No	Keterangan
1.	Potongan penjualan bagi pelanggan yang loyal
2.	Prosedur yang mudah
3.	Pelayanan prima

Sumber: Hotel kirei Bantaeng

Penerapan *relationship marketing* mampu menciptakan kepuasan pelanggan. Di mana dengan aplikasi *relationship marketing*, diharapkan hotel memiliki hubungan yang baik dengan pelanggan dengan cara hotel memenuhi keinginan pelanggan agar pelanggan tidak mudah berpindah pada hotel lainnya sehingga muncul nilai yang menumbuhkan kepuasan yang membuat pelanggan akan menggunakan hotel tersebut secara terus menerus dikemudian hari. Pelanggan yang merasa puas dengan pelayanan yang diberikan oleh hotel, maka pelanggan tersebut akan kembali lagi untuk menggunakan hotel tersebut dan kemungkinan besar bahkan merekomendasikan kepada pelanggan lain (Andhy, dkk, 2015). Selain kepuasan pelanggan, penerapan *relationship marketing* juga mampu menciptakan loyalitas pelanggan. Di mana, dengan aplikasi *relationship marketing*, diharapkan akan terjalin relasi yang lebih kuat diantara hotel dan pelanggan, dan pada gilirannya sedikit demi sedikit loyalitas pelanggan dapat terbangun. Pelanggan yang loyal akan dengan senang hati mengungkapkan hal-hal yang positif dan memberikan rekomendasi mengenai hotel kepada orang lain (Andhy, dkk, 2015). Hal ini sejalan dengan penelitian yang dilakukan oleh Andhy, Srikandi, dan Wasis (2015) yang mengatakan bahwa “*Relationship marketing* yang meliputi variabel *financial benefit*, variabel *social benefit*, dan variabel *structural ties* secara simultan dan secara parsial mempengaruhi

loyalitas dan kepuasan pelanggan Savana Hotel dan Convention”.

Menurut Kotler dan Keller (2018: 138-139) “kepuasan adalah perasaan senang atau kecewa seseorang yang timbul karena membandingkan kinerja yang dipersepsikan produk/hasil terhadap ekspektasi mereka”. Sedangkan menurut Jasfar (2017:19) “kepuasan pelanggan adalah perbandingan antara persepsi pelanggan terhadap jasa yang akan diterima dan harapannya sebelum menggunakan produk atau jasa”. Kepuasan pelanggan pada hotel kirei Bantaeng cukup baik yang dibuktikan dengan banyaknya pengunjung tamu yang menceritakan tentang pelayanan-pelayanan yang baik dan fasilitas-fasilitas yang bagus yang diberikan oleh pihak hotel kepada tamu-tamu lainnya.

Dari hasil review pengunjung hotel kirei di traveloka, terdapat beberapa hal yang tidak memuaskan pengunjung, seperti berikut ini:

**Andi M. P.**
4 Review

 8.4 / 10

Liburan Keluarga

Fasilitas cukup, kamar bersih hanya saja lantai kamar mandi kurang aman untuk anak-anak terlalu licin, pelayanan dibawah standar hotel.

**Moch**
Profil ini privat.

 6.1 / 10

Makanan untuk sarapan pagi kurang berbagai makanan untuk pilihan 😞

**Andi**
Profil ini privat.

 6.0 / 10

13 JUN 2020

Hotelnya terlalu ribut malah ada tamu yang salah kamar lg pintu digedor-gedor ternyata salah kamar, check in nya super lama dan terkesan tidak standar hotel



Gambar 1. 5 Review Hotel Kirei di Traveloka

Dari hasil review yang diberikan oleh pengunjung yang pernah menginap di hotel kirei seperti diatas, maka dapat disimpulkan bahwa pengunjung merasa kurang nyaman dengan tidak adanya lift pada hotel, sehingga membuat pengunjung naik keatas harus menggunakan tangga, kemudian menu sarapan yang tidak terdapat pilihan, hal ini membuat pengunjung bosan dengan menu sarapan yang selalu sama.

Kinerja yang kurang baik salah satunya bisa dilihat dari kebersihan yang kurang terjaga dan menu sarapan yang tidak inovatif, hal ini disebabkan karena pihak manajemen yang tidak melakukan perubahan atau perputaran menu sarapan dan kurangnya kesadaran diri karyawan dalam bekerja.

Menurut Kotler dan Keller (2018:138) “loyalitas (*loyalty*) sebagai komitmen yang dipegang secara mendalam untuk membeli atau mendukung kembali produk

atau jasa yang disukai di masa depan meski pengaruh situasi dan usaha pemasaran berpotensi menyebabkan pelanggan beralih”. Sedangkan menurut Hurriyati (2017:129) “loyalitas pelanggan adalah pelanggan yang berkomitmen untuk selalu bertahan dan melakukan pembelian ulang pada produk atau jasa pilihan pelanggan secara konsisten di masa mendatang, walaupun pengaruh kondisi dan usaha-usaha pemasaran memiliki potensi guna menyebabkan perubahan perilaku”.

Salah satu strategi yang dapat dilakukan untuk mengatasi masalah tersebut adalah dengan menerapkan *relationship marketing* karena *relationship marketing* merupakan salah satu faktor yang dapat meningkatkan kepuasan dan loyalitas pelanggan.

Menurut (Sedjati, 2018), mendefinisikan bahwa: Pemasaran mengandung arti segala usaha atau aktivitas dalam menyampaikan barang atau jasa para produsen kepada konsumen, dimana kegiatan tersebut ditujukan untuk memuaskan kebutuhan dan keinginan dalam cara tertentu yang disebut pertukaran. Sedangkan Menurut Kotler dan Keller (2016), pemasaran adalah sebuah proses penyusunan komunikasi terpadu yang bertujuan untuk memberikan informasi barang atau jasa dalam kaitannya dengan memuaskan kebutuhan dan keinginan manusia

Berdasarkan uraian di atas, maka peneliti tertarik untuk melakukan penelitian yang berjudul “**Pengaruh Penerapan *Relationship Marketing* dalam Meningkatkan Kepuasan dan Loyalitas Pelanggan pada Hotel Kirei Bantaeng**”.

1.3 Perumusan Masalah

- a. Bagaimana Penerapan *Relationship Marketing* pada Hotel Kirei Bantaeng?
- b. Bagaimana kepuasan pelanggan pada Hotel Kirei Bantaeng?
- c. Bagaimana loyalitas pelanggan pada Hotel Kirei Bantaeng?
- d. Bagaimana pengaruh penerapan *Relationship Marketing* dalam Meningkatkan Kepuasan dan Loyalitas Pelanggan pada Hotel Kirei Bantaeng?

1.4 Tujuan Penelitian

- a. Untuk mengetahui penerapan *Relationship Marketing* pada Hotel Kirei Bantaeng.
- b. Untuk mengetahui kepuasan pelanggan pada Hotel Kirei Bantaeng.
- c. Untuk mengetahui loyalitas pelanggan pada Hotel Kirei Bantaeng.
- d. Untuk mengetahui pengaruh penerapan *Relationship Marketing* dalam Meningkatkan Kepuasan dan Loyalitas Pelanggan pada Hotel Kirei Bantaeng.

1.5 Kegunaan Penelitian

Penulis mengharapkan penelitian ini dapat memberikan kegunaan bagi pihak-pihak berikut:

1. Bagi Perusahaan

Dengan adanya penelitian ini menjadi suatu informasi yang bermanfaat bagi perusahaan mengenai kepuasan pelanggan sehingga dapat meningkatkan pencapaian Hotel Kirei Bantaeng

2. Bagi Penulis

Penelitian ini diharapkan dapat menambah pengetahuan serta wawasan bagi penulis dalam penerapan teori yang didapatkan pada mata kuliah selama di kampus. Selain itu juga sebagai penyusunan proposal tugas akhir pada program S1 Administrasi Bisnis Universitas Telkom.

3. Bagi Pihak Lain

Besar harapan penulis agar penelitian ini dapat bermanfaat bagi orang lain dan mempermudah dalam mencari referensi.

1.6 Sistematika Penulisan

Untuk memberikan gambaran yang jelas mengenai penelitian yang dilakukan maka disusunlah suatu sistematika penulisan yang berisi informasi mengenai materi dan hal-hal yang dibahas dalam tiap-tiap bab. Adapun sistematika penulisan tersebut adalah sebagai berikut :

HALAMAN JUDUL

DAFTAR ISI

DAFTAR TABEL

DAFTAR GAMBAR

DAFTAR LAMPIRAN

BAB I PENDAHULUAN

Menjelaskan mengenai objek studi penelitian yang meliputi gambaran umum obyek penelitian sejarah singkat perusahaan visi, misi, makna dan logo perusahaan, struktur organisasi, latar belakang masalah, identifikasi masalah, tujuan penelitian, kegunaan penelitian, waktu dan penelitian (khusus proposal) sistematika penulisan.

BAB II TINJAUAN PUSTAKA

Menjelaskan mengenai pengertian pemasaran, pengertian strategi, pengertian manajemen strategi, pengertian strategi pemasaran, pengertian Kualitas Pelayanan, dan Loyalitas Pelanggan, kerangka pemikiran hipotesis, ruang lingkup penelitian

BAB III METODE PENELITIAN

Mendeskripsikan tentang jenis penelitian, operasionalisasi variabel, tahapan penelitian, populasi dan sampel, teknik pengumpulan data, teknik analisis data.

BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

Membahas mengenai data-data yang telah di peroleh dan diolah, bab ini memuat pembahasan dari hasil penelitian dan hubungannya dengan teori yang ada atau ketentuan yang telah ada

BAB V KESIMPULAN DAN SARAN

Bab ini merupakan bab terakhir yang akan menjelaskan mengenai penasiran dan pemaknaan atas hasil analisis temuan penelitian, yang diajukan dalam bentuk kesimpulan. Pada bab ini juga akan dikemukakan saran secara konkrit yang merupakan masukan yang akan membangun bagi pihak objek penelitian maupun pihak-pihak yang terkait lainnya.

DAFTAR PUSTAKA

LAMPIRAN

