



MANAJEMEN & BISNIS BERKALA ILMIAH

**Zaiton Samdin
Khairil Wahidin Awang
Wan Melissa Wan Hasan**

**Ellen Dwi Cahya
Siti Rahayu
Erna Andajani**

**Juliani Dyah Trisnawati
Erna Andajani
Budhiman Setyawan**

**Mahiah bt. Hj Said
Khairul Nizam bin Surbaini
Mohd Anuar bin Awang Idris**

**Eristia Lidia Paramita
John J.O.I. Ihalauw**

Hendro Setyono

Setyabudi Indartono

**Go, Lisa Safira
Mudji Utami**

**I Made Yogantara
Liliana Inggrit Wijaya**

Sulhaini Saadi

Are There Differences in Willingness to Pay
Among Visitors and Non-Visitors of Taman Negara
National Park?

Rerangka Integrasi Nilai Pelanggan dan Kinerja
Manajemen Hubungan Pelanggan Berdasarkan
Persepsi Pelanggan Korporat

Studi Deskriptif mengenai Zona Toleransi
Pengguna Kartu Sim Card

The Empirical Study on The Determinants of
Moslem Consumers to Purchase Halal Products

Anak sebagai Future Market: Studi
Autobiographical Memory

Pengaruh Brand Community Integration dan
Kepuasan pada Loyalitas

Effect of Servant Leadership Behavior on Work
Design: Knowledge Characteristics Analysis

Pengujian Pecking Order Hypothesis dan
Managerial Hypothesis

Hubungan Struktur Modal dan Kinerja Keuangan

The Roles of Interpersonal Relationship in
Managing Business Relationship in a High-Risk
and Uncertain Market

**TIM PENYUNTING
MANAJEMEN & BISNIS
BERKALA ILMIAH**

Ketua Penyunting
Putu Anom Mahadwartha

Penyunting Pelaksana
Siti Rahayu

Sekretaris Tim Penyunting
Erna Andajani

Anggota Tim Penyunting
Liliana Inggrit Wijaya
Dudi Anandya
Deddy Marciano
Elsye Tandelilin
Werner R. Murhadi
Christina Rahardja Honantha
Bobby Wijanarko

Alamat Tim Penyunting
Gedung EC., lantai 1, Jurusan Manajemen
Fakultas Bisnis dan Ekonomika, Universitas Surabaya
Jl. Raya Kali Rungkut, Surabaya 60293
Phone. +62 31 298-1139; 298-1199
Fax. +62 31 298-1131; 298-1239
Email: manajemen_bisnis@yahoo.com
jurnalmabis@ubaya.ac.id

DAFTAR ISI

Zaiton Samdin Khairil Wahidin Awang Wan Melissa Wan Hasan	Are There Differences in Willingness to Pay Among Visitors and Non-Visitors of Taman Negara National Park?	1 - 10
Ellen Dwi Cahya Siti Rahayu Erna Andajani	Rerangka Integrasi Nilai Pelanggan dan Kinerja Manajemen Hubungan Pelanggan Berdasarkan Persepsi Pelanggan Korporat	11 - 30
Juliani Dyah Trisnawati Erna Andajani Budhinian Setyawan	Studi Deskriptif mengenai Zona Toleransi Pengguna Kartu Sim Card	31 - 41
Mahiah bt. Hj Said Khairul Nizam bin Surbaini Mohd Anuar bin Awang Idris	The Empirical Study on The Determinants of Moslem Consumers to Purchase Halal Products	45 - 58
Eristia Lidia Paramita John J.O.I. Ihalaui	Anak sebagai <i>Future Market</i> : Studi <i>Autobiographical Memory</i>	59 - 73
Hendro Setyono	Pengaruh <i>Brand Community</i> <i>Integration</i> dan Kepuasan pada Loyalitas	74 - 88
Setyabudi Indartono	Effect of Servant Leadership Behavior on Work Design: Knowledge Characteristics Analysis	88 - 99
Go, Lisa Safira Mudji Utami	Penguujian Pecking Order Hypothesis dan Managerial Hypothesis	100 - 110
I Made Yogantara Liliana Inggrit Wijaya	Hubungan Struktur Modal dan Kinerja Keuangan	111-121
Sulhaini Saadi	The Roles of Interpersonal Relationship in Managing Business Relationship in a High-Risk and Uncertain Market	121-136

RERANGKA INTEGRASI NILAI PELANGGAN DAN KINERJA MANAJEMEN HUBUNGAN PELANGGAN BERDASARKAN PERSEPSI PELANGGAN KORPORAT

Ellen Dwi Cahya

General Manager Hotel Roditha Banjarmasin, email: ell_rossivale@yahoo.co.id

Siti Rahayu

Fakultas Bisnis dan Ekonomika, Universitas Surabaya, email: s_rahayu@ubaya.ac.id

Erna Andajani

Fakultas Bisnis dan Ekonomika, Universitas Surabaya, email: ernajani@ubaya.ac.id

Abstract

This research focuses on the influence of the dimensions of customer value to the customer satisfaction, brand loyalty, and customer behavior-based Customer Relationship Management performance; the influence of customer satisfaction on brand loyalty and customer behavior-based Customer Relationship Management performance; the influence of brand loyalty to customer behavior-based Customer Relationship Management performance. Based on samples taken the corporate customer Hotel Roditha Banjarmasin, then this research shows that customers value that includes emotional value, functional value has a significant impact on customer satisfaction, brand loyalty, and customer behavior-based Customer Relationship Management performance, while the other dimensions of customer value customer perceived sacrifices have no significant impact on customer satisfaction, brand loyalty, but the impact on customer behavior-based Customer Relationship Management performance and social values have a significant impact on customer satisfaction and brand loyalty; customer satisfaction has a significant impact on brand loyalty and customer behavior-based Customer Relationship Management performance ; and brand loyalty has a significant impact on customer behavior-based Customer Relationship Management performance.

Keywords: nilai pelanggan, kepuasan konsumen, loyalitas merek, perilaku pelanggan

Abstrak

Penelitian ini berfokus pada pengaruh dimensi-dimensi nilai pelanggan terhadap kepuasan pelanggan, brand loyalty, dan perilaku pelanggan Pelanggan berbasis kinerja Relationship Manajemen; pengaruh kepuasan pelanggan terhadap loyalitas merek dan pelanggan Pelanggan perilaku berbasis kinerja Relationship Manajemen; mempengaruhi kesetiaan merek kepada pelanggan kinerja Customer Relationship Management berbasis perilaku. Berdasarkan sampel yang diambil pelanggan korporat Hotel Roditha Banjarmasin, maka penelitian ini menunjukkan bahwa nilai pelanggan yang mencakup nilai emosional, nilai fungsional yang memiliki dampak signifikan pada kepuasan pelanggan, loyalitas merek, dan perilaku pelanggan Pelanggan berbasis kinerja Relationship Management, sementara yang lain dimensi pelanggan pelanggan nilai pengorbanan dirasakan tidak berdampak signifikan pada kepuasan pelanggan, loyalitas merek, tetapi dampak pada kinerja perilaku pelanggan Customer Relationship Management berbasis dan nilai-nilai sosial memiliki dampak signifikan pada kepuasan pelanggan dan loyalitas merek, kepuasan pelanggan memiliki dampak signifikan pada loyalitas merek dan pelanggan Pelanggan perilaku berbasis kinerja Relationship Management, dan loyalitas merek berpengaruh signifikan terhadap kinerja perilaku pelanggan Customer Relationship Management berbasis.

Kata kunci: nilai pelanggan, kepuasan konsumen, loyalitas merek, perilaku pelanggan

Hal ini juga mendukung pernyataan harga yang ditetapkan oleh pihak Hotel Roditha Banjarmasin sesuai (CPS₁)

5. Kesimpulan dan Saran

Hasil penelitian memberikan beberapa informasi mengenai obyek penelitian, sehingga didapat kesimpulan dan rekomendasi berupa:

- a. Penelitian ulang terhadap obyek yang berbeda berdasarkan penelitian Wang dkk (2005) mengenai nilai pelanggan, kepuasan pelanggan, loyalitas merek, dan perilaku pelanggan berdasarkan kinerja Manajemen Hubungan Pelanggan dihasilkan bagan yang sama
- b. Penelitian ini tidak dapat menguji bahwa (1) Adanya pengaruh pengorbanan yang dipersepsikan pelanggan terhadap kepuasan pelanggan; (2) Adanya pengaruh pengorbanan yang dipersepsikan pelanggan terhadap loyalitas merek; (3) Adanya pengaruh nilai sosial terhadap perilaku pelanggan berdasarkan kinerja Manajemen Hubungan Pelanggan; (4) Adanya pengaruh pengorbanan yang dipersepsikan pelanggan terhadap kepuasan pelanggan terhadap perilaku pelanggan berdasarkan kinerja Manajemen Hubungan Pelanggan.
- c. Berdasarkan hasil penelitian, diketahui bahwa nilai pelanggan berpengaruh terhadap kepuasan pelanggan, dimana kepuasan pelanggan tersebut nantinya berpengaruh pada loyalitas merek dan perilaku pelanggan berdasarkan kinerja Manajemen Hubungan Pelanggan. Oleh karena itu, Hotel Roditha Banjarmasin perlu memperbaiki atribut yang berkaitan dengan layanan yang diberikan Hotel Roditha Banjarmasin kepada pelanggan korporat. Pemberian layanan superior pada pelanggan korporat dapat melalui proses mencari tahu apa yang dibutuhkan dan diinginkan pelanggan korporat dalam sebuah layanan selain memberikan penambahan nilai jual inti pada pelanggan korporat.
- d. Mengingat cakupan sampel yang terbatas, direkomendasikan untuk penelitian selanjutnya menggunakan obyek lain dan sebaran data yang lebih luas untuk membuktikan nilai pelanggan berpengaruh terhadap kepuasan pelanggan, loyalitas merek, dan perilaku pelanggan berdasarkan kinerja Manajemen Hubungan Pelanggan; kepuasan pelanggan juga memiliki pengaruh signifikan terhadap loyalitas merek, dan perilaku pelanggan berdasarkan kinerja Manajemen Hubungan Pelanggan serta loyalitas merek memiliki pengaruh yang signifikan terhadap perilaku pelanggan berdasarkan kinerja Manajemen Hubungan Pelanggan.

Daftar Pustaka

- Assael, Henry, 1992, *Consumer Behavior and Marketing Action*, 4th Editions, PWS-Kent Publishing Company, Boston
- Bettencourt, L.A, 1997, Customer Voluntary Performance: Customers as Partners in Service Delivery, *Journal of Retailing*, Vol. 73 No.3, pp. 383-406
- Blattberg, R.C., Getz, G. dan Thomas, J.S, 2001, *Customer Equity: Building and Managing Relationships as Valuable Assets*, Harvard Business School Press, Boston, MA
- Butz, H.E.J. dan Goodstein, L.D, 1996, *Measuring Customer Value: Gaining The Strategic Advantage*, *Organizational Dynamics*, Vol. 24, Winter, pp. 63-77.
- Ferdinand, Augusty, 2005, *Structural Equation Modeling Dalam Penelitian Manajemen*, Edisi 5, Penerbit Universitas Diponegoro, Semarang
- Fornell, C., Johnson, M.D., Anderson, E.W., Cha, J. dan Bryant, B.E, 1996, The American Customer Satisfaction Index: Nature, Purpose, and Findings, *Journal of Marketing*, Vol. 60 No. 4, pp. 7-18.
- Ghozali, Imam, 2001, *Aplikasi Analisis Multivariate Dengan Program SPSS*, Edisi II, Penerbit Badan Penerbit Universitas Diponegoro, Semarang.
- Keller, K.L, 1993, Conceptualizing, Measuring and Managing Customer-Based Brand Equity, *Journal of Marketing*, Vol. 57, January, pp. 1-22.

- Kotler, Philip dan Gary Armstrong, 2008, *Principles of Marketing*, 12th Edition, Pearson Education Inc., Prentice Hall, Northwestern University, New Jersey.
- Mowen, John C, 1995, *Consumer Behaviour*, 4th Edition, Prentice Hall International Inc, Engelwood, New Jersey.
- Reichheld, F.F. dan Teal, T, 1996, *The Loyalty Effect: The Hidden Force behind Growth, Profits, and Lasting Value*, Harvard Business School Press, Boston, MA.
- Singgih, Santoso, 2001, *Statistik Parametrik*, Cetakan Pertama, Penerbit Elex Media Komputindo, Jakarta.
- Sweeney, J.C. dan Soutar, G.N, 2001, Consumer-Perceived Value: The Development of a Multiple-Item Scale, *Journal of Retailing*, Vol. 77 No. 2, pp. 203-20.
- Wang, Y.G, Lo, H.P, Chi, R, dan Yang, Y, 2004, *An Integrated Framework for Customer Value and Customer-Relationship-Management Performance: A Customer-Based Perspective from China*, Emerald Group Publishing Limited, Vol. 14 No. 2/3, pp. 169-182.
- Woodruff, R.B, 1997, Nilai Pelanggan: The Next Source for Competitive Advantage, *Journal of the Academy of Marketing Science*, Vol. 25 No. 2, pp. 139-53.
- Zeithaml, V.A, 1988, Consumer Perceptions of Price, Quality and Value: a Means-End Model and Synthesis of Evidence, *Journal of Marketing*, Vol. 52, pp. 2-22.
- Zeithaml, V.A., Berry, L. dan Parasuraman, A, 1996, The Behavioral Consequences of Service Quality, *Journal of Marketing*, Vol. 60 No. 2, pp. 31-46.