

**IMPLEMENTASI *ELECTRONIC CUSTOMER
RELATIONSHIP MANAGEMENT* DALAM
MENINGKATKAN LOYALITAS PELANGGAN DI
HOTEL X BALI UBUD**

PROYEK AKHIR

Diajukan sebagai salah satu syarat dalam menyelesaikan Program Diploma IV
Program Studi Pengelolaan Perhotelan
Politeknik Pariwisata NHI Bandung



Disusun oleh:

KRISTIANA PUTRI FERONIKA

2021309033

**PROGRAM STUDI PENGELOLAAN PERHOTELAN
POLITEKNIK PARIWISATA NHI BANDUNG**

2025

LEMBAR PENGESAHAN

JUDUL PROYEK AKHIR

IMPLEMENTASI *ELECTORNIC CUSTOMER RELATIONSHIP MANAGEMENT*
DALAM MENINGKATKAN LOYALITAS PELANGGAN
PADA HOTEL X BALI UBUD

NAMA : Kristiana Putri Feronika
NIM : 2021309033
JURUSAN : Hospitaliti
PROGRAM STUDI : Pengelolaan Perhotelan

Pembimbing Utama,



Dr. Ananta Budhi Danurdara, B.A., M.Sc., CPM (Asia)
NIP. 197506112002121001

Pembimbing Pendamping,



Dr. Deden Saepudin, M.Pd
NIP. 196706151996031001

Bandung, 12 Juni 2025

Mengetahui,

Kabag. Administrasi Akademik Kemahasiswaan dan Kerjasama,



Ni Gusti Made Kerti Utami, BA., MM.Par., CHE.
NIP. 197103161996032001

LEMBAR PENGESAHAN

Implementasi *Electronic Customer Relationship Management*
Dalam Meningkatkan Loyalitas Pelanggan di Hotel X Bali Ubud

NAMA : Kristiana Putri Feronika
NIM : 2021309033
PROGRAM STUDI : Pengelolaan Perhotelan

Pembimbing Utama,

Dr. Ananta Budhi Danurdara, B.A., M.Sc., CPM (Asia)
NIP 197506112002121001

Pembimbing Pendamping,

Dr. Deden Saepudin, M.Pd
NIP 196706151996031001

Penguji I,

Ita Maemunah, S.ST.Par., MM.Par., CHE
NIP 197612262011012003

Penguji II,

I Gusti Agung Wahyu Adrian, S.ST.Par., MM.Par., M.Sc.,
CHRM., CHE
NIP 197806052009121002

Bandung, 4 Agustus 2025

Mengetahui,

Kabag. Administrasi Akademik Kemahasiswaan
dan Kerja Sama

Ni Gusti Made Kerti Utami, BA., MM.Par., CHE
NIP. 19710316 199603 2 001

Menyetujui,

Direktur Politeknik Pariwisata NHI Bandung



Dr. Anwari Masatip, MM.Par., CEE
NIP.19750415 200212 1 001

HALAMAN MOTTO

*“Only by His grace and unconditional love, I stood when I thought I would fall
Through faith in Jesus, everything is possible.”*

HALAMAN PERSEMBAHAN

“To the little soul in me, thank you for growing amidst the chaos, for staying strong even when the world tried to tear you down, for walking through fire with trembling steps, but never give up. You are braver than you ever knew!

To my beloved family, Mom, Dad, Sister, and Grandma, thank you for your endless support. You’re my light when my days feel blue, my home where I always find rest, my strength when my wings begin to tire, the one who will always love me. Without them, I wouldn’t know where I am now.

To my precious friends, I’m glad to have you by my side who be there for me, for listen my silence between my words, for believing in me even when I couldn’t believe in myself, for coloring my days with laughter and warmth

To every kind soul I’ve met along the way, thank you for being so kind to me and for the quiet lessons that I found in every place where my feet step

I know this may not perfect enough, but every page reflects love, prayer, and kindness that carried me to this point, and above all, I thank God for His grace and His unwavering hand that covers me through it all so I can finish this journey.”

PERNYATAAN MAHASISWA

Yang bertanda tangan di bawah ini, Saya :

Nama : Kristiana Putri Feronika
Tempat/Tanggal Lahir : Tuban, 06 Februari 2003
Nim : 2021309033
Program Studi : Pengelolaan Perhotelan
Jurusan : Hospitaliti

Dengan ini saya menyatakan bahwa:

1. Tugas Akhir/Proyek Akhir yang berjudul:
“IMPLEMENTASI ELECTRONIC CUSTOMER RELATIONSHIP MANAGEMENT DALAM MENINGKATKAN LOYALITAS PELANGGAN DI HOTEL X BALI UBUD”
ini adalah merupakan hasil karya dan hasil penelitian saya sendiri, bukan merupakan hasil penjiplakan, pengutipan, penyusunan oleh orang atau pihak lain atau cara-cara lain yang tidak sesuai dengan ketentuan akademik yang berlaku di Politeknik Pariwisata NHI Bandung dan etika yang berlaku dalam masyarakat keilmuan kecuali arahan dari Tim Pembimbing.
2. Dalam Tugas Akhir/Proyek Akhir ini tidak terdapat karya atau pendapat yang telah ditulis atau dipublikasikan orang atau pihak lain kecuali secara tertulis dengan jelas dicantumkan sebagai acuan dalam naskah dengan disebutkan sumber, nama pengarang dan dicantumkan dalam daftar pustaka.
3. Surat Pernyataan ini saya buat dengan sesungguhnya, apabila dalam naskah Tugas Akhir/Proyek Akhir ini ditemukan adanya pelanggaran atas apa yang saya nyatakan di atas, atau pelanggaran atas etika keilmuan, dan/atau ada klaim terhadap keaslian naskah ini, maka saya bersedia menerima sanksi akademik berupa pencabutan gelar yang telah diperoleh karena karya tulis ini dan sanksi lainnya sesuai dengan norma yang berlaku di Politeknik Pariwisata NHI Bandung ini serta peraturan-peraturan terkait lainnya.
4. Demikian Surat Pernyataan ini saya buat dengan sebenar-benarnya untuk dapat dipergunakan sebagaimana mestinya.

Bandung, 20 Juni 2025
Yang membuat pernyataan,



Kristiana Putri Feronika

ABSTRAK

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui bagaimana implementasi *Electronic Customer Relationship Management (E-CRM)* melalui penggunaan website, email marketing, dan media sosial instagram dapat meningkatkan loyalitas pelanggan di Hotel X bali Ubud. Pendekatan penelitian menggunakan kualitatif dengan metode studi kasus. Data dikumpulkan melalui wawancara mendalam terhadap tiga informan dari manajemen *hotel (director of sales, digital marketing, dan rooms operation manager)*, serta tiga pelanggan yang telah berulang kali menginap. Hasil penelitian menunjukkan bahwa penerapan E-CRM di Hotel X mencakup empat dimensi utama: *organization orientation, customer orientation, knowledge orientation, dan information technology orientation*. Setiap dimensi tersebut memiliki peran strategis dalam mendukung peningkatan loyalitas pelanggan yang ditinjau dari aspek *word of mouth, repurchase intention, price sensitivity, dan complaint behavior*. Hotel secara aktif memanfaatkan data digital untuk mempersonalisasi layanan, membangun komunikasi berkelanjutan, serta meningkatkan keterlibatan pelanggan melalui platform digital. Implementasi ini terbukti mampu meningkatkan kepuasan dan loyalitas pelanggan, yang tercermin dari tingginya tingkat *repeat guest* dan ulasan positif secara daring. Penelitian ini merekomendasikan peningkatan integrasi sistem E-CRM secara internal antar departemen serta optimalisasi penggunaan data perilaku pelanggan sebagai strategi personalisasi lanjutan dalam program loyalitas.

Kata kunci: *Electronic Customer Relationship Management (E-CRM)*, Loyalitas Pelanggan

ABSTRACT

This study aims to determine how the implementation of Electronic Customer Relationship Management (E-CRM) through the use of websites, email marketing, and Instagram social media can increase customer loyalty at Hotel X Bali Ubud. The research approach uses qualitative with a qualitative case study method. Data were collected through in-depth interviews with three informants from hotel management (director of sales, digital marketing, and rooms operation manager), as well as three repeat guests. The results of the study show that the implementation of E-CRM at Hotel X includes four main dimensions: organization orientation, customer orientation, knowledge orientation, and information technology orientation. Each dimension has a strategic role in supporting increased customer loyalty, as reviewed from the aspects of word of mouth, repurchase intention, price sensitivity, and complaint behavior. The hotel actively utilizes digital data to personalize services, build ongoing communication, and increase customer engagement through digital platforms. This implementation has been proven to be able to increase customer satisfaction and loyalty, as reflected in the high level of repeat guests and positive online reviews. This study recommends increasing the integration of E-CRM systems internally between departments and optimizing the use of customer behavioral data as an advanced personalization strategy in loyalty programs.

Keyword: electronic customer relationship management (E-CRM), customer loyalty

KATA PENGANTAR

Puji dan syukur Peneliti panjatkan ke hadirat Tuhan Yang Maha Esa atas penyertaan, karunia dan tuntunan-nya sehingga Peneliti dapat menyelesaikan proyek akhir dengan judul Implementasi *Electronic Customer Relationship Management* Dalam Meningkatkan Loyalitas Pelanggan Di Hotel X Bali Ubud dengan tepat waktu. Proyek akhir ini disusun sebagai syarat untuk memenuhi standar kelulusan mahasiswa tingkat akhir program studi D4 Pengelolaan Perhotelan di Politeknik Pariwisata NHI Bandung.

Dalam Penelitian proyek akhir ini tentunya banyak pihak-pihak terkait yang turut mendukung dalam penyusunan. Oleh karena itu Peneliti ingin mengucapkan terima kasih kepada:

1. Bapak Anwari Masatip, MM.Par., CEE. Selaku direktur Politeknik Pariwisata NHI Bandung
2. Bapak Pudin Saepudin, S.ST.Par., MP.Par., CHE selaku ketua jurusan Hospitaliti Politeknik Pariwisata NHI Bandung
3. Ibu Ita Maemunah, S.ST.Par.,MM.Par., CHE. Selaku ketua program studi pengelolaan perhotelan Politeknik Pariwisata NHI Bandung
4. Bapak Dr. Ananta Budhi Danurdara, B.A.,M.Sc.,CPM (Asia) selaku dosen pembimbing utama, yang membimbing dan memberi arahan kepada Peneliti dalam menyelesaikan proyek akhir ini.
5. Bapak Dr. Deden Saepudin, M.Pd, selaku dosen pembimbing pendamping, yang senantiasa memberi nasehat, saran dan masukan dalam Penelitian proyek akhir.

6. Ibu Yuli Undayani selaku *director of sales*, Bapak. Daniel Pardede selaku *rooms operation manager* , Ibu Ni Kadek Yohana Dewi selaku *digital marketing* yang bersedia menjadi informan dalam penelitian serta seluruh staf Element By Westin Bali Ubud yang senantiasa membantu dan memberikan informasi yang Peneliti butuhkan selama masa penelitian.
7. Kepada kak Man Manda, kak Eka dan kak Sukur selaku informan pelanggan yang bersedia untuk Peneliti wawancara dan berbagai informasi.
8. Teruntuk kedua orang tua Peneliti yang selalu mendukung, mengusahakan serta menyemangati setiap langkah dan mimpi Peneliti, yang tidak pernah membatasi sejauh apa Peneliti ingin menggapainya
9. Yang tersayang kakak, mbah serta keluarga yang selalu ada menyemangati Peneliti dalam menyelesaikan proyek akhir ini
10. Teman-teman tercinta Victoria, Zifo, Theo, Ratna dan Aulia yang menjadi tempat berbagai cerita, selalu memotivasi dan memberikan *support* dalam penyusunan penelitian ini.
11. Tak lupa teman-teman seperjuangan HOADUH 8A yang mau melangkah bersama, merangkul dan menjadi tempat berbagi segala cerita, keluh kesah selama empat tahun Peneliti menimba ilmu

Peneliti menyadari sepenuhnya bahwa proyek akhir ini jauh dari kata sempurna. Keterbatasan informasi, waktu serta pengalaman Peneliti menjadi kendala yang tidak dapat di hindari dalam proses penyusunan proyek akhir ini. Oleh karena itu Peneliti sangat terbuka terhadap segala bentuk kritik dan saran yang membangun dari para pembaca demi perbaikan di masa mendatang dan peningkatan karya tulis ini. Peneliti berharap semoga proyek akhir ini tidak

hanya memenuhi syarat akademik tetapi juga dapat memberikan manfaat yang nyata, baik sebagai bahan referensi, inspirasi maupun pembelajaran bagi pembaca yang tertarik pada topik yang di angkat. Besar harapan Peneliti karya sederhana ini dapat memberi kontribusi kecil dalam pengembangan ilmu pengetahuan di bidang yang relevan.

Bandung, 20 Juni 2025

Kristiana Putri Feronika

DAFTAR ISI

COVER	i
LEMBAR PENGESAHAN	ii
HALAMAN MOTTO	iv
HALAMAN PERSEMBAHAN	v
PERNYATAAN MAHASISWA.....	vi
ABSTRAK	vii
<i>ABSTRACT</i>	viii
KATA PENGANTAR.....	ix
DAFTAR ISI	xii
DAFTAR TABEL	xiv
DAFTAR GAMBAR	xv
DAFTAR LAMPIRAN	xvi
BAB I PENDAHULUAN	Error! Bookmark not defined.
A. Latar Belakang Penelitian	Error! Bookmark not defined.
B. Fokus Penelitian	Error! Bookmark not defined.
C. Tujuan Penelitian	Error! Bookmark not defined.
D. Manfaat Penelitian.....	Error! Bookmark not defined.
BAB II KAJIAN PUSTAKA	Error! Bookmark not defined.
A. Kajian Teori	Error! Bookmark not defined.
1. Konsep Pemasaran.....	Error! Bookmark not defined.
2. Pemasaran Jasa	Error! Bookmark not defined.
3. <i>Relationship Marketing</i>	Error! Bookmark not defined.
4. <i>Customer Relationship Management (CRM)</i> ..	Error! Bookmark not defined.
5. <i>Electronic Customer Relationship Management (E-CRM)</i>	Error! Bookmark not defined.
6. Loyalitas Pelanggan.....	Error! Bookmark not defined.
7. Teori Hubungan E-CRM dan Peningkatan loyalitas Pelanggan	Error! Bookmark not defined.
B. Kerangka Pemikiran	Error! Bookmark not defined.
BAB III METODE PENELITIAN	Error! Bookmark not defined.

- A. Rancangan Penelitian**Error! Bookmark not defined.**
- B. Partisipan dan Tempat Penelitian.....**Error! Bookmark not defined.**
- C. Teknik Pengumpulan Data.....**Error! Bookmark not defined.**
- D. Teknik Analisis Data.....**Error! Bookmark not defined.**
- E. Pengujian Keabsahan Data**Error! Bookmark not defined.**
- F. Jadwal Penelitian**Error! Bookmark not defined.**

BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN**Error! Bookmark not defined.**

- A. Hasil Penelitian**Error! Bookmark not defined.**
- B. Pembahasan**Error! Bookmark not defined.**
 - 1. Implementasi E-CRM**Error! Bookmark not defined.**
 - a. Aspek *Organization Orientation***Error! Bookmark not defined.**
 - b. Aspek *Customer Orientation***Error! Bookmark not defined.**
 - c. Aspek *Knowledge Orientation*.....**Error! Bookmark not defined.**
 - d. Aspek *Information Technology Orientation* ... **Error! Bookmark not defined.**
 - 2. Loyalitas Pelanggan**Error! Bookmark not defined.**
 - a. Aspek *Word Of Mouth***Error! Bookmark not defined.**
 - b. Aspek *Repurchase intention***Error! Bookmark not defined.**
 - c. Aspek *Price sensitivity*.....**Error! Bookmark not defined.**
 - d. Aspek *Complaint Behavior*.....**Error! Bookmark not defined.**
 - 3. Keterkaitan Implementasi E-CRM Membentuk Loyalitas **Error! Bookmark not defined.**

BAB V SIMPULAN DAN REKOMENDASI**Error! Bookmark not defined.**

- A. Simpulan.....**Error! Bookmark not defined.**
 - 3. Implementasi E-CRM Membentuk Loyalitas Pelanggan **Error! Bookmark not defined.**

DAFTAR PUSTAKA.....17

LAMPIRAN.....**Error! Bookmark not defined.**

DAFTAR TABEL

- Tabel 1 Data hotel berbintang dan akomodasi lainnya di Indonesia..... **Error! Bookmark not defined.**
- Tabel 2 Data jumlah tamu member & non member Hotel X tahun 2024 **Error! Bookmark not defined.**
- Tabel 3 Data pre-survei penggunaan E-CRM**Error! Bookmark not defined.**
- Tabel 4 Hasil Observasi**Error! Bookmark not defined.**
- Tabel 5 Daftar Informan Penelitian.....**Error! Bookmark not defined.**
- Tabel 6 Tabel Triangulasi Sumber Manajemen Hotel..... **Error! Bookmark not defined.**
- Tabel 7 Tabel Triangulasi Sumber Pelanggan**Error! Bookmark not defined.**
- Tabel 8 Data Top 5 Negara Pasar Hotel X**Error! Bookmark not defined.**
- Tabel 9 Presentase Data Kunjungan Pelanggan Thaun 2024**Error! Bookmark not defined.**

DAFTAR GAMBAR

Gambar 1 Survei Pengguna Media Sosial di Indonesia Tahun 2025	Error! Bookmark not defined.
Gambar 2 Aspek Keberhasilan E-CRM	Error! Bookmark not defined.
Gambar 3 Ulasan Online Hotel X	Error! Bookmark not defined.
Gambar 4 Kerangka Pemikiran	Error! Bookmark not defined.
Gambar 5 Jadwal Penelitian	Error! Bookmark not defined.
Gambar 6 Promosi Website Hotel	Error! Bookmark not defined.
Gambar 7 Gambar Tampilan Website Hotel X	Error! Bookmark not defined.
Gambar 8 Informasi Website Hotel X	Error! Bookmark not defined.
Gambar 9 Kebijakan Privasi Website Hotel	Error! Bookmark not defined.
Gambar 10 Kebijakan Pengelolaan Kuki	Error! Bookmark not defined.
Gambar 11 Tampilan Email Hotel X	Error! Bookmark not defined.
Gambar 12 Tampilan Instagram Hotel X	Error! Bookmark not defined.
Gambar 13 Ulasan Online positif	Error! Bookmark not defined.
Gambar 14 Online Komplain	Error! Bookmark not defined.
Gambar 15 Respon Hotel Terhadap Komplain	Error! Bookmark not defined.
Gambar 16 Ilustrasi Laman <i>Personalized Landing Experience</i> .	Error! Bookmark not defined.
Gambar 17 Ilustrasi Alur Konsep <i>Homepage</i>	Error! Bookmark not defined.
Gambar 18 Ilustrasi Gambar <i>Dashboard Internal Sharing</i> ..	Error! Bookmark not defined.
Gambar 19 Ilustrasi Aplikasi <i>Dashboard Sharing</i> .	Error! Bookmark not defined.
Gambar 20 Ilustrasi <i>AI-Agent</i>	Error! Bookmark not defined.
Gambar 21 Ilustrasi Program Referensi Pelanggan	Error! Bookmark not defined.
Gambar 22 Ilustrasi Promo Dengan Kerjasama Partner	Error! Bookmark not defined.
Gambar 23 Ilustrasi Promosi <i>Welcome Back Deals</i>	Error! Bookmark not defined.
Gambar 24 Iustrasi Promosi <i>Festive School Holiday</i>	Error! Bookmark not defined.
Gambar 25 Ilustrasi <i>Complain Handling Dashboard</i>	Error! Bookmark not defined.

DAFTAR LAMPIRAN

- Lampiran 1 Panduan wawancara**Error! Bookmark not defined.**
- Lampiran 2 Hasil wawancara.....**Error! Bookmark not defined.**
- Lampiran 3 Surat Keterangan Melakukan Penelitian .**Error! Bookmark not defined.**
- Lampiran 4 Surat Persetujuan Hotel Melakukan Penelitian **Error! Bookmark not defined.**
- Lampiran 5 Surat Keterangan Telah Selesai Melakukan Penelitian**Error! Bookmark not defined.**
- Lampiran 6 Surat Pernyataan Informan 1 **Error! Bookmark not defined.**
- Lampiran 7 Surat Pernyataan Informan 2 **Error! Bookmark not defined.**
- Lampiran 8 Surat Pernyataan Informan 3 **Error! Bookmark not defined.**
- Lampiran 9 Surat Pernyataan Informan 4 **Error! Bookmark not defined.**
- Lampiran 10 Surat Pernyataan Informan 5 **Error! Bookmark not defined.**
- Lampiran 11 Surat Pernyataan Informan 6 **Error! Bookmark not defined.**
- Lampiran 12 Bukti Wawancara Informan 1 **Error! Bookmark not defined.**
- Lampiran 13 Bukti Wawancara Informan 2 **Error! Bookmark not defined.**
- Lampiran 14 Bukti Wawancara Informan 3 **Error! Bookmark not defined.**
- Lampiran 15 Bukti Wawancara Informan 4 **Error! Bookmark not defined.**
- Lampiran 16 Bukti Wawancara Informan 5 **Error! Bookmark not defined.**
- Lampiran 17 Bukti Wawancara Informan 6 **Error! Bookmark not defined.**
- Lampiran 18 Bukti Hasil Turnitin.....**Error! Bookmark not defined.**
- Lampiran 19 Bukti Bimbingan.....**Error! Bookmark not defined.**
- Lampiran 20 Daftar Riwayat Hidup.....**Error! Bookmark not defined.**

DAFTAR PUSTAKA

- Abdullah, M. A. F., Sani, I., & Febrian, W. D. (2025) manajemen pemasaran.
- Akbar, R. & Universitas pembangunan jaya. (2021). *Manajemen hubungan pelanggan (customer relationship management)*. Yayasan sahabat alam rafflesia.
- Akwila, t., & Nugraha, r. N. (2024). Strategi pengelolaan destinasi wisata pemandian air panas untuk meningkatkan jumlah kunjungan wisatawan di gunung panjang tumaritis, bogor. Media bina ilmiah,
- Alma, Prof. Dr. H. B. A. (2021). Manajemen pemasaran & manajemen jasa (1st ed.)
- Andi Dwi Riyanto, (2025, februari 28) *hootsuite (we are social): data digital Indonesia 2025*. Diakses pada 11 maret 2025 dari <https://wearesocial.com/id/blog/2025/02/digital-2025/>
- Andreani, F., dan, Sumargo, y., lie, c., & Faculty of Economics, Petra Christian University, Surabaya, Indonesia. (n.d.). *The influence of customer relationship management (CRM) on customer loyalty in jw marriott hotel surabaya*. In *faculty of economics, Petra Christian University, Surabaya, Indonesia*.
- Baitulloh, S., & Sulistyowati, s. (2024). Analisis *strengths, weaknesses, opportunities*, dan strategi email marketing dalam pemasaran. *Jurnal ilmiah ekonomi dan manajemen*, 2(12), 506-521.
- Buttle, f. A. (2012). *Customer relationship management: concepts and technologies* (2. Ed). Routledge.

- Cherapanukorn, v. (2017). *Development of eCRM success: a case study of hotel industry. International journal of trade economics and finance*, 8(2),
- Duman, M. D, A. *Et, al* (2024). Analisis *customer relationship management* (CRM) dan aplikasinya di hotel berbintang labuan bajo. *Innovative: journal of social science research*, 4.
- Erwin, s. E., m. M. , *et al* (2023). *Social media marketing (analytics & mastering the digital landscape)*. (analytics & mastering the digital landscape). Pt. Sonpedia publishing Indonesia.
- Evitaria, N. P., Adinegara, G. N. J., Susanto, P. C., (2022). *The effect of marketing mix (7p) on consumer satisfaction and loyalty at Hotel Aloft Bali Seminyak. Jurnal ekonomika, bisnis, dan humaniora (jakadara)*, vol. 1(no. 2), 233–235.
- Fiantika, F. R. *Et al* (2022). Metodologi penelitian kualitatif. Pt. Global eksekutif teknologi.
- Djunaidi, G., & Almanshur, f. (2012). Metodologi penelitian kualitatif. *Yogyakarta: ar-ruzz media*.
- Halim, F. H., *et al* (2021). *Manajemen pemasaran jasa*. Yayasan kita menulis.
- Hendriyani, c., & raharja, s. U. J. (2018). *Analysis building customer engagement through E-CRM in the era of digital banking in Indonesia. International journal of economic policy in emerging economies*, 11(5), 479-486.
- Ibrahim, Y., Abbas, T., & Kamal, M. (2021). The use of electronic customer relationship management (e-crm) features through hotel'website to enhance customer loyalty and brand image. *Journal of Association of Arab Universities for Tourism and Hospitality*, 21(1), 103-125.

- Kotler, p., & keller, k. L. (2012). *Marketing management* (14th [ed.]). Prentice hall.
- Kotler, P., Kartajaya, H., & Setiawan, I. (2021). *Marketing 5.0 : technology for humanity*. Wiley.
- Li, M. L., & Green, R. D. (2011). *A mediating influence on customer loyalty: the role of perceived value*. *Journal of management and marketing research*, 7, 1.
- Ling, T. S., & Pratomo, A. W. (2020). Pengaruh *brand image*, persepsi harga dan *word of mouth* terhadap keputusan pembelian konsumen the highland park resort hotel bogor. *Jurnal ilmiah pariwisata kesatuan*, 1(1), 31-42.
- Malau, Harman. 2017. *Manajemen pemasaran: teori dan aplikasi pemasaran era tradisional sampai era modernisasi global*. Bandung : alfabeta, cv.
- Marketingsherpa. *Email conversion and lifecycle messaging: how marriott rewards generated 86% more email-driven revenue*. Diakses pada 13 maret 2025 dari <https://www.marketingsherpa.com/video/marriott-event-data-email-marketing>
- Munandar, D. M. (2015). *Relationship marketing*. Ekuilibria
- Oktophilus, M. (2022). *Customer relationship management*, sebuah bentuk komunikasi perusahaan untuk menjagakelestarian pelanggan. In Politeknik Negeri Bandung, *applied business and administration journal* (vol. 1, issue 2, pp. 45–47) [journal-article].
- Philip Kotler Dan Kevin Lane Keller, 2012, *Manajemen Pemasaran Ed. Ketiga Belas* . Jilid 2
Terjemahan Oleh Bob Sabran Mm : Penerbit Erlangga
- Prastika, P. D. A., & Suharto, B. (2024). Analisis efisiensi reservasi kamar hotel secara online dari perspektif sistem digital. *Jurnal pendidikan tambusai*, 7(3), 13807-13817.

- Pratama, (2024, september 2). Survei agoda ungkap 89% wisatawan Indonesia selalu ingin kembali ke destinasi favorit mereka. Diakses pada 3 maret 2025, dari <https://media-profesi.com/v0/blog/2024/09/02/survei-agoda-ungkap-89-wisatawan-Indonesia-selalu-ingin-kembali-ke-destinasi-favorit-mereka/>
- Pratama, a., & Ardhy, J. (2017). *Analisa persepsi harga terhadap minat beli ulang melalui perceived value pada Hotel X surabaya*. Petra Christian University.
- Prawira, J. V., & Sidharta, H. (2021). *The effect of service quality on consumer satisfaction in creating reuse intention of personal shopper services*. *Performa*, 6(6), 536-547.
- Ranki, M. (2019). *People, process, and technology in CRM implementation*.
- Safira, I.A., Hendriyani, C., Damayanti, F., Rochmah, T.S. (2021). *Implementasi electronic customer relationship management dalam meningkatkan loyalitas pelanggan hotel aston pasteur*. In jurnal ilmu manajemen dan bisnis (vol. 12, issue 2).
- Santoso, M. T., Tang, D. H., & Aprilia, A. (2022). Pengaruh service recovery terhadap kepuasan konsumen di hotel bintang 4 dan 5 di kota surabaya. *Jurnal manajemen perhotelan*, 8(2), 59-68.
- Siswati, E., Iradawaty, s. N., & Imamah, n. (2024). *Customer relationship management dan implementasinya pada perusahaan kecil*.
- Srisusilawati, P *et.al* (2023). Loyalitas pelanggan (evi damayanti, ed.): penerbit widina bhakti persada bandung.
- Subakti, H.et al (2023). Metodologi penelitian kualitatif. Media sains Indonesia
- Sugiyono, (2013). *Metode penelitian kuantitatif, kualitatif dan r & d*. Alfabeta, cv.

- Sulistiyono, E. S., & kustami, e. K. (2023). Personalisasi pemasaran email dalam meningkatkan program loyalitas: sebuah konsep komunikasi pemasaran [journal-article]. *Jurnal ilmiah manajemen, ekonomi dan bisnis*
- Thungasal, C. E. (2019). Pengaruh kualitas layanan dan harga terhadap loyalitas pelanggan melalui kepuasan pelanggan pada hotel kasuari. *Agora*, 7(1), 287133.
- Tuhana, V. E., Sanga, A. P., & Ara, R. K. (2024). Penggunaan Media Sosial Dalam Aktivitas Digital Pr Hotel-Hotel Di Kota Kupang. *Komunikatif: Jurnal Ilmiah Komunikasi*, 13(2), 193-208.
- Wicaksono, D. R. (2021). *Implementasi Customer Relationship Management (CRM) di atria hotel malang. Jurnal kajian dan terapan pariwisata*, 2(1),
- Wirtz, J., & Lovelock, C. (2022). *Services marketing: people, technology, strategy. World scientific.*
- Yahya, U. H. D. (2025, maret 21). Kenaikan jumlah wisatawan memberikan dampak positif bagi perekonomian nasional. Diakses pada 3 maret 2025 dari <https://wartaekonomi.co.id/read561718/kunjungan-wisatawan-mancanegara-meningkat-signifikan-januari-2025>
- Zahid, U., Khan, J., *University Of The West Of Scotland, & University Of The West Of Scotland.* (N.D.). *The role of electronic customer relationship management (E-CRM) on luxury hotels performance in uk.*