

DISERTASI

**PENGARUH ORIENTASI PASAR, CUSTOMER RELATIONSHIP
MANAGEMENT DAN KEUNGGULAN BERSAING TERHADAP
KINERJA HOTEL DI MODERASI KEBIJAKAN PEMERINTAH
(STUDI PADA HOTEL BINTANG 3 DI SURABAYA)**



Oleh :

**THYOPHOIDA W.S. PANJAITAN
14.3.02.10.0102**

**PROGRAM DOKTOR ILMU MANAJEMEN
SEKOLAH TINGGI ILMU EKONOMI INDONESIA (STIESIA)
SURABAYA
2020**

PENGARUH ORIENTASI PASAR, *CUSTOMER RELATIONSHIP MANAGEMENT*, DAN KEUNGGULAN BERSAING TERHADAP KINERJA HOTEL DI MODERASI KEBIJAKAN PEMERINTAH (STUDI PADA HOTEL BINTANG 3 DI SURABAYA)

DISERTASI

**Untuk Memenuhi Persyaratan
Memperoleh Gelar Doktor Ilmu Manajemen**



Oleh :

**THYOPHOIDA W.S. PANJAITAN
14.3.02.10.0102**

**PROGRAM DOKTOR ILMU MANAJEMEN
SEKOLAH TINGGI ILMU EKONOMI INDONESIA (STIESIA)
SURABAYA
2020**

**PENGARUH ORIENTASI PASAR, *CUSTOMER RELATIONSHIP MANAGEMENT* DAN KEUNGGULAN BERSAING TERHADAP KINERJA HOTEL DI MODERASI KEBIJAKAN PEMERINTAH
(Studi Kasus pada Hotel Bintang 3 di Surabaya)**

DISERTASI

Untuk Memenuhi Persyaratan
Memperoleh Gelar Doktor Ilmu Manajemen

Oleh

THYOPHOIDA W.S. PANJAITAN
14.3.02.10.0102

**PROGRAM DOKTOR ILMU MANAJEMEN
SEKOLAH TINGGI ILMU EKONOMI INDONESIA (STIESIA)
SURABAYA
2020**

DISERTASI

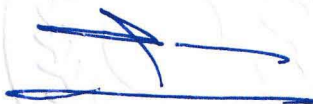
**PENGARUH ORIENTASI PASAR, *CUSTOMER RELATIONSHIP*
MANAGEMENT DAN KEUNGGULAN BERSAING TERHADAP KINERJA
HOTEL DI MODERASI KEBIJAKAN PEMERINTAH
(Studi Kasus pada Hotel Bintang 3 di Surabaya)**

Oleh

THYOPHOIDA W.S. PANJAITAN
14.3.02.10.0102

Untuk Memenuhi Persyaratan
Memperoleh Gelar Doktor

Promotor



Prof. Dr. Budiyanto, M.S.

Ko-Promotor



Dr. Khuzaini, M.M.

Mengetahui,

Ketua STIESIA



Dr. Nur Fadrijh Asyik, S.E., M.Si, Ak, C.A.

Ketua Program Doktor
Ilmu Manajemen



Prof. Dr. Budiyanto, M.S.

Judul : **PENGARUH ORIENTASI PASAR, CUSTOMER RELATIONSHIP MANAGEMENT DAN KEUNGGULAN BERSAING TERHADAP KINERJA HOTEL DI MODERASI KEBIJAKAN PEMERINTAH (Studi Kasus pada Hotel Bintang 3 di Surabaya)**

Nama Mahasiswa : **THYOPHOIDA W.S. PANJAITAN**

Program Studi : **DOKTOR ILMU MANAJEMEN**

**Panitia Penguji Ujian Disertasi Terbuka
Program Doktor Ilmu Manajemen
STIESIA Surabaya**

Ketua : Prof. Dr. Budiyanto, M.S.

Anggota : 1. Prof. Dr. Satria Bangsawan, S.E., M.Si.

2. Dr. Suhermin, SE., M.M.

3. Dr. Djawoto, S.E., M.M.

4. Dr. Khuzaini, M.M.

5. Dr. Ikhsan Budi Riharjo, S.E., M.Si., Ak., CA.



Tanggal Ujian : 18 Juni 2020

Ditetapkan : SK Ketua STIESIA No. A.114/01.3j/VI/2020
Tanggal 16 Juni 2020

PERNYATAAN ORISINALITAS DISERTASI

Saya menyatakan dengan sebenarnya bahwa disertasi yang saya ajukan untuk diuji tanggal 18 Juni 2020 dengan judul:

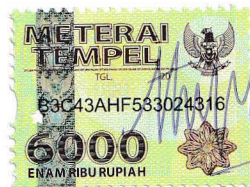
PENGARUH ORIENTASI PASAR, *CUSTOMER RELATIONSHIP MANAGEMENT* DAN KEUNGGULAN BERSAING TERHADAP KINERJA HOTEL DI MODERASI KEBIJAKAN PEMERINTAH (Studi Kasus pada Hotel Bintang 3 di Surabaya)

adalah hasil karya saya. Tidak terdapat keseluruhan atau sebagian tulisan orang lain yang saya ambil dengan cara menyalin atau meniru dalam bentuk rangkaian kalimat atau simbol yang menunjukkan gagasan, pendapat atau pemikiran dari penulis lain yang saya akui seolah-olah sebagai tulisan saya sendiri, dan atau tidak terdapat bagian atau keseluruhan tulisan yang saya salin, tiru atau saya ambil dari tulisan orang lain tanpa memberikan pengakuan pada penulis aslinya.

Apabila saya melakukan hal tersebut di atas, baik sengaja maupun tidak, dengan ini saya menyatakan menarik disertasi yang saya ajukan sebagai hasil tulisan saya sendiri. Bila kemungkinan terbukti bahwa saya ternyata melakukan tindakan menyalin atau meniru tulisan orang lain seolah-olah hasil pemikiran saya sendiri, berarti gelar dan Ijazah yang telah diberikan oleh Program Doktor Ilmu Manajemen Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi Indonesia (STIESIA) Surabaya batal saya terima

Surabaya, 18 Juni 2020

Mahasiswa



Nama : **THYOPHOIDA W.S. PANJAITAN**

NIM : 14.3.02.10.0102

KATA PENGANTAR

Puji Syukur penulis sampaikan kepada Tuhan Yang Maha Esa karena atas segala rahmat dan karuniaNya, penulis dapat menyelesaikan penulisan disertasi dengan judul: **PENGARUH ORIENTASI PASAR, CUSTOMER RELATIONSHIP MANAGEMENT DAN KEUNGGULAN BERSAING TERHADAP KINERJA HOTEL DI MODERASI KEBIJAKAN PEMERINTAH (STUDI PADA HOTEL BINTANG 3 DI SURABAYA)** Selesainya penulisan disertasi ini tidak terlepas dari dukungan banyak pihak, oleh karena itu perkenankan penulis mengucapkan terima kasih kepada yang terhormat:

1. Dr. Nur Fadrih Asyik, SE., M.Si., Ak, CA., Ketua Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi Indonesia (STIESIA) yang telah memberikan kesempatan dan fasilitas guna mengikuti Pendidikan Program Doktor Ilmu Manajemen (PDIM) STIESIA.
2. Prof. Dr. Budiyanto, MS, selaku Ketua Program Studi Doktor Ilmu Manajemen STIESIA Surabaya sekaligus selaku Promotor yang telah memberikan masukan, arahan, dan bimbingan dengan penuh kesabaran dan perhatian serta selalu memberikan dorongan dari awal sampai selesainya penulisan disertasi ini.
3. Dr. Khuzaini, M.M. selaku Co. promotor, yang selalu memberikan masukan, arahan, dan bimbingan dengan penuh kesabaran dan perhatian serta selalu memberikan dorongan dari awal sampai selesainya penulisan disertasi ini.

4. Prof. Dr. Satria Bangsawan, S.E., M.Si., sebagai penguji external pada ujian terbuka disertasi atas arahan dan masukannya
5. Dr. Ikhsan Budi Riharjo, S.E., M.Si., Ak., CA., Dr. Djawoto, SE., MM., Dr. Suhermin, S.E., M.M., dan Prof. Dr. Pribadijono, Ir., MS., sebagai dosen penguji atas arahan dan masukannya sehingga disertasi ini menjadi lebih baik dan semakin baik.
6. Bapak/Ibu Dosen Program Doktor Ilmu Manajemen STIESIA Surabaya, yang telah membagikan ilmu, pengalaman dan pengetahuan sehingga penulis mendapatkan peningkatan derajat keilmuan, pengalaman dan pengetahuan yang sangat berguna.
7. Prof. Dr. Hamfri Djajadikerta, SE., Ak., MM., CMA, yang selalu memberikan semangat dan senantiasa mendorong penulis untuk segera menyelesaikan disertasi ini.
8. Seluruh karyawan Program Doktor Ilmu Manajemen Program Pascasarjana Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi Indonesia (STIESIA) Surabaya yang tidak dapat disebutkan satu persatu atas bantuan dan kesabarannya dalam melayani penulis, sehingga dapat menunjang kelancaran pendidikan Program Doktor pada Program Pascasarjana STIESIA Surabaya.
9. Teman-teman PDIM Stiesia – Surabaya, Ibu Wulan, Ibu Wartiah, Ibu Karyani, Pak Agus Sukoco, Pak Bambang, Ibu Maria, Ibu Ratna, Ibu Hulda atas kebersamaan, dorongan dan bantuan selama penulis berkuliah

sampai penyelesaian disertasi ini, serta doa-doanya terutama saat-saat penulis menghadapi ujian.

10. Asosiasi Perguruan Tinggi Katolik (APTIK) atas bantuan financial dan kesempatan sehingga penulis dapat menempuh studi lanjut hingga meraih gelar Doktor.
11. Dr. Yustinus Budi Hermanto, M.M, selaku Rektor Universitas Katolik Darma Cendika, yang telah memberi kesempatan, motivasi, dan dorongan kepada penulis untuk menempuh Program Doktor, dan untuk seluruh doa-doa dan berkat yang diberikan
12. Teman-teman Dosen di UKDC, terutama untuk Ibu Ratna, Ibu Maria, Ibu Hulda, Ibu Lilik, Ibu Nia, Ibu Jeanne, Pak Bruno, Pak Yoseph, Ibu Citra, Ibu Astrid, Ibu Devina, Ibu Anita. Atas segala bantuan dan perhatiannya yang menjadi anugerah buatku.
13. Seluruh Pimpinan, Dosen dan Karyawan di lingkungan Universitas Katolik Darma Cendika, yang tidak dapat disebutkan satu persatu yang telah memberikan semangat dan senantiasa mendorong penulis untuk segera menyelesaikan disertasi ini.
14. Sujud bakti dan terima kasih yang mendalam kepada kedua orang tuaku yang telah menjadikanku ada dan senantiasa mendoakan untuk segera terselesaikannya disertasi ini.
15. Kepada seluruh kakak dan adikku yang memberi semangat dan dorongan selama ini. Terima kasih atas segala dukungan dan doanya, serta dengan

penuh kesabaran memahami waktu yang tersita untuk dapat menyelesaikan studi program doktor di STIESIA Surabaya

16. Kepada semua pihak yang tidak dapat disebutkan satu persatu yang telah banyak membantu mulai dari awal perkuliahan hingga selesainya disertasi ini.

Teriring doa kepada bapak/ibu/saudara yang telah membantu penyelesaian disertasi ini baik secara langsung maupun tidak langsung, semoga Tuhan Yang Maha Esa selalu memberikan rahmat-Nya.

Menyadari sepenuhnya akan kekurangan dan keterbatasan yang ada dalam disertasi ini, penulis berharap adanya sumbangan pemikiran, kritik dan saran demi perbaikan disertasi ini. Penulis juga berharap dari keterbatasan disertasi ini dapat dijadikan bahan rujukan pada penelitian berikutnya sehingga bermanfaat bagi ilmu pengetahuan.

Surabaya, Juli 2020

Penulis

Ringkasan

Surabaya selain dikenal sebagai kota bisnis juga mulai mengoptimalkan keberadaan potensi pariwisata yang dimiliki dimana Menteri Pariwisata menyatakan Kota Surabaya memiliki performa yang terbaik dalam pengembangan pariwisata. Dalam menunjang keberhasilan dibutuhkan dukungan industri perhotelan, maka terjadi peningkatan pertumbuhan hotel di Surabaya yang mengakibatkan tingkat persaingan meningkat dan akhirnya berdampak terhadap kinerja hotel. Hotel dalam melaksanakan kegiatan harus selalu berorientasi pada pasar, serta membangun manajemen hubungan pelanggan yang baik, dan yang tidak kalah penting memiliki keunggulan dalam bersaing. Selain itu, industri hotel dalam melaksanakan kegiatan tidak lepas dari peran pemerintah melalui kebijakan pemerintah.

Tujuan penelitian adalah untuk menguji dan menganalisis pengaruh orientasi pasar dan *customer relationship management* terhadap keunggulan bersaing, menguji dan menganalisis pengaruh orientasi pasar, *customer relationship management*, dan keunggulan bersaing terhadap kinerja hotel, serta untuk menguji dan menganalisis kebijakan pemerintah memoderasi pengaruh orientasi pasar, *customer relationship management*, dan keunggulan bersaing terhadap kinerja hotel. Adapun responden pada penelitian adalah jajaran manajemen Hotel Bintang 3 di Surabaya sebanyak 150 responden.

Berdasarkan hasil pengolahan data menggunakan WarpPLS dapat dikatakan orientasi pasar dan *customer relationship management* berpengaruh positif dan signifikan terhadap keunggulan bersaing. Orientasi pasar, *customer relationship management* serta keunggulan bersaing berpengaruh positif dan signifikan terhadap kinerja hotel, serta kebijakan pemerintah memoderasi pengaruh orientasi pasar dan *customer relationship management* terhadap kinerja hotel, dan kebijakan pemerintah tidak memoderasi pengaruh keunggulan bersaing terhadap kinerja hotel.

Kata kunci: *Orientasi Pasar, Customer Relationship Managemen, Keunggulan Bersaing, Kebijakan Pemerintah, Kinerja*

ABSTRACT

Surabaya has been acknowledged as the central business. Instead, it precedes optimising its location as a tourism destination. The Minister of Tourism recognizes Surabaya having a potency to develop its best tourism performance. To support the potency, hospitality industry has been increasing. Therefore, there has been strong competitions among hotels which affect their performances. In running the business, the hotel management should greatly oriented on market. The customers' relationship and competitive advantages should also be maintained positively. In particular, the hospitality industry cannot be separated from government's role through its policy.

This research aimed to investigate and analyse the effect of market orientation and customer relationship management on hotels' competitive advantages. It also examined and analysed the government's roles that intervened the effect of market orientation, customer relationship management and its competitiveness on hotels' performance. Furthermore, the samples were 150 respondents including management of three-star-hotel in Surabaya.

As the result of WarpPLS, this research concluded that both market orientation and customer relationship management had positive and significant effect on hotels' competitiveness. Likewise, the market orientation, customer relationship management and competitiveness had positive and significant effect on hotels' performance. Meanwhile, the government's policy moderated the effect of market orientation and customer relationship management on hotels' competitiveness. On the other hand, the policy could not moderate the effect of hotel's competitiveness on hotels' performance.

Keywords: Market Orientation, Customer Relationship Management, Competiveness, Government's Policy, Performance



DAFTAR ISI

Sampul Depan	i
Lembar Pengesahan	ii
Ringkasan	iii
Abstract	iv
Daftar Isi	v
Daftar Tabel	ix
Daftar Gambar	xi
Daftar Lampiran	xii
Daftar Singkatan	xiii
BAB 1 PENDAHULUAN	1
1.1 Latar Belakang	1
1.2 Rumusan Masalah	19
1.3 Tujuan Penelitian	20
1.4 Kontribusi Penelitian	21
1.4.1 Kontribusi Praktis	21
1.4.2 Kontribusi Teoritis	21
BAB 2. KAJIAN PUSTAKA	23
2.1 Kajian Teori	23
2.1.1 Resources Based View (RBV)	23
2.1.2 Pemasaran Jasa	24
1. Definisi Pemasaran Jasa	24
2. Karakteristik Pemasaran Jasa Hotel	28
2.1.3 Orientasi Pasar	29
1. Definisi Orientasi Pasar	29
2. <i>Antecedents</i> dan <i>consequences</i> Orientasi Pasar	31
3. Indikator Orientasi Pasar	32
2.1.4 <i>Customer Relationship Management</i> (CRM)	34
1 Definisi <i>Customer Relationship Mngement</i>	34
2 Proses <i>Customer Relationship Management</i>	38
3 <i>Antecedents</i> dan <i>consequences Customer Relationship Management</i>	40
4 Indikator <i>Customer Relationship Management</i> (CRM)	41
2.1.5 Keunggulan Bersaing	42
1 Definisi Keunggulan Bersaing	42

2	Manfaat Strategi Bersaing.....	44
3	<i>Antecedents</i> dan <i>consequences</i> Keunggulan Bersaing.....	44
4	Indikator Keunggulan Bersaing	45
2.1.6	Kebijakan Pemerintah.....	46
1	Definisi Kebijakan Pemerintah	46
2	Tipe Kebijaksanaan	47
3	Macam Kebijaksanaan Pemerintah di Indonesia	49
4	Kebijaksanaan Pada Industri Hotel dan Pariwisata	50
2.1.7	Kinerja	55
1	Definisi Kinerja	55
2	Persyaratan Penilaian Kinerja	57
3	Manfaat Penilaian Kinerja Perusahaan	60
4	<i>Antecedents</i> dan <i>Consequences</i> dari Kinerja	60
5	Indikator Kinerja	62
2.2	Penelitian Terdahulu	66
 BAB 3 KERANGKA KONSEPTUAL DAN PENGEMBANGAN HIPOTESIS ..		73
3.1	Kerangka Konseptual	73
3.2	Pengembangan Hipotesis	77
 BAB 4 METODE PENELITIAN		86
4.1	Rancangan Penelitian	86
4.2	Populasi dan Sampel	87
4.2.1	Populasi	87
4.2.2	Sampel	87
4.3	Variabel Penelitian	88
4.3.1	Identifikasi Variabel	88
4.3.2	Definisi Operasional Variabel	90
4.4	Instrumen Penelitian	94
4.5	Uji Instrumen Penelitian	96
4.5.1	Uji Validitas	97
4.5.2	Uji Realibilitas	98
4.6	Lokasi dan Waktu Penelitian	98
4.7	Prosedur Pengambilan dan Pengumpulan Data	98
4.7.1	Jenis dan Sumber Data	98
4.7.2	Teknik Pengumpulan Data	99
4.8	Teknik Analisis Data	100
4.8.1	Metode Statistik <i>Deskriptif</i>	100
4.8.2	Metode Statistik Inferensial	101
1.	Mengkonstruksi Diagram Jalur	101
2.	<i>Goodness of Fit (GoF)</i>	105
a.	Evaluasi Model Pengukuran (<i>Outer Model</i>)	105
b.	Evaluasi Model Struktural (<i>Inner Model</i>)	106

3. Pengujian Hipotesis (<i>Resampling Bootstrapping</i>)	106
BAB 5 HASIL PENELITIAN	108
5.1 Hasil Pengujian Instrumen Penelitian	108
5.1.1 Uji Validitas	108
5.1.2 Uji Reliabilitas	109
5.2 Hasil Statistik Deskriptif	110
5.2.1 Deskriptif Jawaban Responden	110
1. Deskripsi Tanggapan Responden Terhadap Variabel Orientasi Pasar (OP)	111
2. Deskripsi Tanggapan Responden Terhadap Variabel <i>Customer Relationship Management</i> (CRM)	112
3. Deskripsi Tanggapan Responden Terhadap Variabel Keunggulan Bersaing (KB)	114
4. Deskripsi Tanggapan Responden Terhadap Variabel Kebijakan Pemerintah (KP)	115
5. Deskripsi Tanggapan Responden Terhadap Variabel Kinerja (K)	116
5.3 Metode Statistik Inferensial	118
5.3.1 Persamaan Struktural	118
5.3.2 <i>Goodness of Fit</i>	120
1. Hasil Evaluasi Model Pengukuran (<i>Outer Model</i>)	120
2. Hasil Evaluasi Model Struktural (<i>Inner Model</i>)	122
5.3.3 Pengujian Hipotesis (<i>resampling</i>)	124
 BAB 6 PEMBAHASAN	 127
6.1 Hasil Deskripsi Variabel Penelitian	127
6.1.1 Variabel Orientasi Pasar	128
6.1.2 Variabel <i>Customer Relationship Management</i>	129
6.1.3 Variabel Keunggulan Bersaing	131
6.1.4 Variabel Kebijakan Pemerintah	133
6.1.5 Variabel Kinerja	134
6.2 Hasil Pengujian Hipotesis	136
6.2.1 Hipotesis Hasil Uji Pengaruh Orientasi Pasar dan <i>Customer Relationship Management</i> terhadap Keunggulan Bersaing Hotel	136
Hasil Uji Hipotesis 1: Orientasi Pasar Berpengaruh Signifikan terhadap Keunggulan Bersaing	136
Hasil Uji Hipotesis 2: <i>Customer Relationship Management</i> Berpengaruh Terhadap Keunggulan Bersaing	140
6.2.2 Hipotesis Hasil Uji Pengaruh Orientasi Pasar, <i>Customer Relationship Management</i> dan Keunggulan Bersaing terhadap Kinerja Hotel	144
Hasil Uji Hipotesis 3: Orientasi Pasar Berpengaruh Signifikan terhadap Kinerja Hotel	144
Hasil Uji Hipotesis 4: <i>Customer Relationship Management</i> Berpengaruh Signifikan terhadap Kinerja Hotel	148

Hasil Uji Hipotesis 5: Keunggulan Bersaing Berpengaruh Signifikan terhadap Kinerja Hotel	150
6.2.3 Hipotesis Hasil Uji Kebijakan Pemerintah Memoderasi Pengaruh Orientasi Pasar, <i>Customer Relationship Management</i> dan Keunggulan Bersaing terhadap Kinerja Hotel	153
Hasil Uji Hipotesis 6: Kebijakan Pemerintah Memoderasi Pengaruh Orientasi Pasar terhadap Kinerja Hotel	153
Hasil Uji Hipotesis 7: Kebijakan Pemerintah Memoderasi Pengaruh <i>Customer Relationship Management</i> terhadap Kinerja Hotel	157
Hasil Uji Hipotesis 8: Kebijakan Pemerintah Tidak Memoderasi Pengaruh Keunggulan Bersaing terhadap Kinerja Hotel	159
 BAB 7 PENUTUP	 166
7.1 Simpulan	166
7.2 Keterbatasan Penelitian	169
7.3 Implikasi Penelitian	170
7.3.1 Implikasi Teori	170
7.3.2 Implikasi Praktis	172
7.4 Kebaruan atau <i>Novelty</i> Penelitian	172
7.5 Saran	173
 Daftar Pustaka	 176
 Lampiran	 189

DAFTAR TABEL

Tabel	Halaman
Tabel 1.1 Jumlah Wisatawan Mancanegara Melalui Pintu Masuk Juanda Menurut Kebangsaan Maret 2018	3
Tabel 1.2 Rata-rata Lama Menginap Tamu (RLMT) Mancanegara dan Domestik Tahun 2016-2018 (Jumlah Hari Menginap)	6
Tabel 1.3 Perbandingan Jumlah Hotel Menurut Kategori Bintang di Surabaya	7
Tabel 1.4 Daftar Hotel Bintang 3 di Surabaya	8
Tabel 2.1 <i>Antecedents</i> dan <i>Consequences</i> Orientasi Pasar	31
Tabel 2.2 <i>Komponen Market Orientation</i>	33
Tabel 2.3 <i>Pengukuran Market Orientation Versi MKTOR</i>	34
Tabel 2.4 <i>Antecedents</i> dan <i>Consequences Customer Relationship Management</i> ..	41
Tabel 2.5 <i>Antecedents</i> dan <i>Consequences Keunggulan Bersaing</i>	45
Tabel 2.6 <i>Antecedents</i> dan <i>Consequences Kinerja</i>	61
Tabel 2.7 <i>Mapping</i> Penelitian Terdahulu	68
Tabel 4.1 Desain Kuesioner	95
Tabel 4.2 <i>Model Fit</i> dan <i>Quality Indices</i>	106
Tabel 5.1 Uji Validitas	108
Tabel 5.2 Uji Reliabilitas	110
Tabel 5.3 Hasil Tanggapan Responden Terhadap Variabel Orientasi Pasar (OP)	111

Tabel 5.4 Hasil Tanggapan Responden Terhadap Variabel <i>Customer Relationship Management</i> (CRM)	113
Tabel 5.5 Hasil Tanggapan Responden Terhadap Variabel Keunggulan Bersaing (KB)	114
Tabel 5.6 Hasil Tanggapan Responden Terhadap Variabel Kebijakan Pemerintah (KP)	116
Tabel 5.7 Hasil Tanggapan Responden Terhadap Variabel Kinerja (K)	117
Tabel 5.8 Validitas <i>Convergent</i>	120
Tabel 5.9 Reliabilitas Konstruk	121
Tabel 5.10 Evaluasi Kriteria <i>Goodness of Fit Indices</i>	122
Tabel 5.11 Hasil Uji Hipotesis	125

DAFTAR GAMBAR

Gambar		Halaman
Gambar 1.1	Grafik Data Kunjungan Wisatawan Mancanegara Bulanan Tahun 2017-2018	2
Gambar 1.2	Grafik Jumlah Wisatawan Mancanegara yang Datang ke Jawa Timur Melalui Pintu Masuk Juanda Tahun 2016-2018	4
Gambar 1.3	Kunjungan Wisatawan di Surabaya	5
Gambar 1.4	Grafik Tingkat Penghunian Kamar Hotel Berbintang Tahun 2015-2018	9
Gambar 2.1	Konsep Inti Pemasaran	25
Gambar 2.2	<i>Marketing and Performance Outcomes</i>	30
Gambar 2.3	<i>Proses CRM</i>	39
Gambar 3.1	Kerangka Proses Berpikir	74
Gambar 3.2	Kerangka Konseptual	76
Gambar 4.1	Konversi Diagram Jalur	102
Gambar 5.1	Hasil Kontribusi Diagram Jalur	118

DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran		Halaman
Lampiran 1	Kuesioner	189
Lampiran 2	Tabulasi Data	196
Lampiran 3	Uji Validitas	224
Lampiran 4	Uji Reliabilitas.....	235
Lampiran 5	<i>Mean</i> Orientasi Pasar	238
Lampiran 6	<i>Mean Customer Relationship Management</i>	245
Lampiran 7	<i>Mean</i> Keunggulan Bersaing	251
Lampiran 8	<i>Mean</i> Kebijakan Pemerintah	259
Lampiran 9	<i>Mean</i> Kinerja	262
Lampiran 10	Struktur Persamaan	270
Lampiran 11	Hasil Kontribusi Diagram Jalur	271
Lampiran 12	<i>Outer Model Validity</i>	272
Lampiran 13	<i>Outer Model Reliability</i>	275
Lampiran 14	<i>Inner Model</i>	276
Lampiran 15	Uji Hipotesis	277

DAFTAR SINGKATAN

Singkatan	Kepanjangan	Halaman
RLMT	Rata-rata Lama Menginap Tamu	6
TPK	Tingkat Penghunian Kamar	9
UMKM	Usaha Mikro Kecil Menengah	16
AMA	<i>American Marketing Association</i>	22
CRM	<i>Customer Relationship Management</i>	33
PNS	Pegawai Negeri Sipil	51
PP	Peraturan Pemerintah	51
PDRD	Pajak Daerah dan Retribusi Daerah	51
RIPPARNAS	Rencana Induk Pembangunan Kepariwisataa Daerah	52
HRM	<i>Human Resources Management</i>	59
UKM	Usaha Kecil Menengah	65
OP	Orientasi Pasar	74
KB	Keunggulan Bersaing	74
KP	Kebijakan Pemerintah	74
K	Kinerja	74
SEM	<i>Structural Equation Modeling</i>	97
GoF	<i>Goodness of Fit</i>	98
APC	<i>Average Path Coeficient</i>	116

ARS	<i>Average R-Squared</i>	116
AARS	<i>Average Adjusted R-Squared</i>	116
AVIF	<i>Average Block VIF</i>	116
AFVIF	<i>Average Full Collinearity VIF</i>	116
SPR	<i>Sympson's Paradox Ratio</i>	116
RSCR	<i>R-Squared Contribution Ratio</i>	116
NLBCDR	<i>Nonlinear Bivariate Causality Direction Ratio</i>	117
PHRI	Perhimpunan Hotel dan Restoran Indonesia	146
MICE	<i>Meeting, Incentive, Convention, dan Exhibition</i>	153