

ABSTRAK

Penelitian ini dilakukan untuk mengetahui hasil Pengaruh Penerapan *Relationship Marketing* dalam Meningkatkan Kepuasan dan Loyalitas Pelanggan pada Hotel Kirei Bantaeng, dalam penelitian ini terdapat fenomena bahwa terdapat permasalahan dengan *relationship marketing* yang dilakukan pihak hotel kirei bantaeng yang dapat mempengaruhi kepuasan serta loyalitas pelanggan.

Penelitian ini menggunakan teknik *non probability sampling* yaitu *purposive sampling*. *Non probability sampling* adalah teknik pengambilan sampel yang tidak memberi peluang atau kesempatan bagi setiap unsur atau anggota populasi untuk dipilih menjadi sampel (Sugiyono 2018:84). Teknik yang akan digunakan dalam penelitian ini adalah *purposive sampling* yaitu pengambilan sampel dengan cara menetapkan ciri-ciri khusus yang sesuai dengan tujuan penelitian sehingga diharapkan dapat menjawab permasalahan penelitian. Ciri-ciri khusus responden penelitian ini adalah konsumen yang pernah menginap di hotel kirei minimal dua kali. sampel yang didapat sebesar 96,04 orang, tetapi peneliti melakukan pembulatan dan untuk mempermudah hitungan maka peneliti mengambil sampel sebanyak 100 orang, sesuai dengan perhitungan rumus Bernoulli yang dimana sebelumnya tidak diketahui secara pasti jumlah populasinya, kemudian untuk menentukan sampel pada penelitian ini dengan cara perhitungan rumus Bernoulli.

Berdasarkan hasil analisis deskriptif yang telah dilakukan, maka dapat diketahui bahwa penilaian responden yang merupakan 100 orang pelanggan Hotel Kirei Bantaeng mengenai *relationship marketing* yang telah dilakukan berada pada kategori tinggi/baik, selanjutnya kepuasan pelanggan terhadap Hotel Kirei Bantaeng berada pada kategori tinggi/baik, dan loyalitas pelanggan terhadap layanan yang diberikan oleh pihak Hotel Kirei Bantaeng sudah tinggi/loyal.

Berdasarkan hasil penelitian mengenai "Pengaruh Penerapan *Relationship Marketing* dalam Meningkatkan Kepuasan dan Loyalitas Pelanggan pada Hotel Kirei Bantaeng ", maka diperoleh kesimpulan, sebagai berikut: Penerapan *relationship marketing* Hotel Kirei Bantaeng sudah berjalan dengan baik, kepuasan pelanggan terhadap Hotel Kirei Bantaeng berada pada kategori tinggi/baik, loyalitas pelanggan terhadap layanan yang diberikan oleh pihak Hotel Kirei Bantaeng sudah tinggi/loyal.

Kata kunci: *Relationship Marketing*, Kepuasan pelanggan, loyalitas pelanggan