

ANALISIS *CUSTOMER RETENTION* PADA INDUSTRI PERHOTELAN DALAM RUANG LINGKUP GLOBAL (*SYSTEMATIC LITERATURE REVIEW*)

Arvega Syah Walda P.¹, Vanessa Gaffar², Gitasiswhara¹
arvegaswp@upi.edu, vanessa@upi.edu, wa_egha@upi.edu

¹Program Studi Manajemen Pemasaran Pariwisata, Fakultas Pendidikan Ilmu Pengetahuan Sosial,
Universitas Pendidikan Indonesia, Indonesia

²Program Studi Manajemen, Fakultas Pendidikan Ekonomi dan Bisnis,
Universitas Pendidikan Indonesia, Indonesia

Abstract: Customer retention is critical to the survival of the hotel. In the hospitality industry, customer retention is one of the keys to long-term success as it provides great benefits such as profitability, reduced marketing costs, and improved word of mouth. Customer retention is defined as the way a company maintains its customers and converts new customers into regular customers and maintains good relationships with them. The purpose of this study is to identify the research context of the hospitality industry that was extensively studied regarding customer retention and the factors affecting customer retention in the hospitality industry. This study is a qualitative study that uses the Systematic Literature Review method to explain customer retention in the hospitality industry through the identification of 16 articles. The data used in this study are from five databases (Science Direct, Sage, Scopus, Taylor and Francis, and Springer). This study revealed the context of research in the hospitality industry linked to customer retention and the factors influencing customer retention in the hospitality industry.

Keywords: Customer retention, hotel, systematic literature review

Abstrak: Customer retention sangat penting untuk kelangsungan hidup hotel. Dalam industri perhotelan, customer retention merupakan salah satu kunci kesuksesan jangka panjang karena memberikan manfaat yang besar seperti keuntungan, pengurangan biaya pemasaran, dan meningkatkan word of mouth. Customer retention didefinisikan sebagai cara perusahaan mempertahankan pelanggannya dan merubah pelanggan baru menjadi pelanggan tetap dan menjaga hubungan baik dengan mereka. Tujuan dari penelitian ini adalah untuk mengetahui konteks penelitian industri perhotelan yang banyak diteliti terkait customer retention dan faktor yang mempengaruhi customer retention di industri perhotelan. Penelitian ini merupakan penelitian kualitatif yang menggunakan metode systematic literature review melalui identifikasi 16 artikel. Data yang digunakan dalam penelitian ini peneliti mencari dari lima database (Science Direct, Sage, Scopus, Taylor and Francis, dan Springer). Penelitian ini mengungkapkan konteks penelitian di industri perhotelan yang dikaitkan dengan customer retention dan faktor-faktor yang mempengaruhi customer retention di industri perhotelan.

Kata kunci: Retensi pelanggan, hotel, systematic literature review

PENDAHULUAN

Industri pariwisata merupakan salah satu sektor ekonomi penting dan terus mengalami perkembangan pesat setiap tahunnya. Khususnya pada industri perhotelan, semakin banyak para pengusaha mendirikan hotel sebagai tempat usaha dengan berbagai harga, kelas, fasilitas, dan pelayanan sehingga meningkatkan persaingan antar para pelaku usaha. Pertumbuhan hotel yang semakin pesat ini, tentunya akan menjadi kendala bagi wisatawan untuk menentukan hotel mana yang

sesuai dengan kriteria yang diinginkan mereka (Hermawan & Aditiya, 2019). Banyaknya konsumen dan produsen ini berdampak pada meningkatnya persaingan, oleh karena itu industri perhotelan harus meningkatkan kualitas, fasilitas dan pelayanannya. Saat ini persaingan ketat di industri perhotelan meningkatkan kebutuhan akan hubungan yang berkualitas agar mudah dalam memberikan informasi yang luas tentang fasilitas hotel dan meningkatkan pelayanan dalam industri perhotelan ini (Cengiz et al., 2019).

Hotel merupakan salah satu usaha yang bergerak dibidang jasa dengan tujuan mencari keuntungan melalui pelayanan kepada tamu yang menginap, sehingga hotel tersebut harus meningkatkan kualitas seperti pada kamar, jasa, makanan & minuman, *MICE*, dan lain-lain. Produk dan jasa hotel yang ditawarkan kepada para tamu ini harus memenuhi kualitas yang diinginkan oleh tamu seperti kamar hotel, layanan makanan & minuman, restoran dan fasilitas lainnya (Hermawan & Aditiya, 2019).

Agar bisa bersaing dan unggul, bisnis perhotelan harus meningkatkan kualitas layanan, hubungan dengan konsumen dan mengetahui kebutuhan konsumen agar dapat memenuhi kepuasan dan loyalitas pelanggan tersebut. Persaingan dalam industri perhotelan ini memberikan kesempatan untuk industri perhotelan meningkatkan hubungan yang baik dengan pelanggan. Seperti misalnya kualitas pelayanan, komitmen karyawan terhadap konsumen, kapabilitas karyawan dan memanfaatkan informasi tentang kebutuhan dan keinginan konsumen yang merupakan sebuah sumber keunggulan kompetitif yang akan mempengaruhi kualitas pelayanan hotel dan berpengaruh positif pada kepuasan pelanggan dan *customer retention*, sehingga konsumen akan setia dan berkontribusi pada peningkatan pangsa pasar dan pertumbuhan pendapatan struktural pada hotel (Panno, 2019).

Kepuasan pelanggan ini merupakan tujuan dari setiap industri perhotelan agar mendapatkan banyak keuntungan seperti *customer retention*, *customer loyalty*, dan *word of mouth* yang mendatangkan konsumen baru. Memuaskan pelanggan dengan memenuhi kebutuhan dan keinginannya mempunyai tujuan fundamental bagi setiap perusahaan khususnya industri perhotelan karena mempunyai berbagai keuntungan jangka panjang bagi perusahaan seperti *customer retention*, *customer loyalty*, *word of mouth*, dan keuntungan berkelanjutan lainnya. (El- Adly, 2018 ; Hwang dan Park, 2018; Lee, 2016; Oliver, 2010).

Oleh karena itu, untuk mengatasi persaingan saat ini dapat menggunakan pendekatan hubungan dengan pelanggan karena hal ini meningkatkan *customer retention* dalam industri perhotelan (Ghaleb & Alhakimi, 2019).

KAJIAN LITERATUR

Pemasaran merupakan beberapa rangkaian proses untuk mempromosikan suatu produk atau jasa kepada konsumen dan juga mempertahankan konsumen juga *stakeholder* yang lainnya. Hal tersebut diperkuat oleh jurnal dari Kaptan Ugurlu dan *American Marketing Association (AMA)* bahwa pemasaran adalah metode menghasilkan, mendistribusikan, mendukung dan memberi harga produk atau layanan, dan ide untuk

mempromosikannya kepada pelanggan sebaik mungkin dan membangun serta mempertahankan interaksi dengan pemangku kepentingan dalam lingkungan pemasaran tersebut (Sadq, Othman, & Khorsheed, 2019; Ugurlu, 2021).

Relationship Marketing

Penerapan *relationship marketing* membawa manfaat jangka panjang bagi suatu industri seperti meningkatnya keuntungan dan mendapatkan berbagai informasi mengenai pelanggan. Seperti yang dijelaskan oleh Maraj Rahma bahwa melalui *relationship marketing* beberapa industri mencapai peningkatan keuntungan, mengumpulkan dan memproses informasi tentang pelanggan (Sofi et al., 2020). Indikator dalam *relationship marketing* ini berupa penyampaian informasi, membuat pelanggan percaya, dan berkomitmen. *Relationship marketing* memiliki indikator seperti penyampaian informasi dalam sebuah interaksi dengan harapan yang menerima pesan menggunakan informasi tersebut untuk mengubah keputusan, kepercayaan dalam pengembangan *relationship marketing*, perusahaan dituntut untuk menunjukkan kredibilitas yang dapat dipercaya oleh pelanggannya, dan komitmen untuk mempertahankan dan melanjutkan relasi yang dipandang penting dan bernilai jangka panjang (Onny Setiawan, 2020).

Customer Retention

Semakin banyak *customer retention* pada suatu industri maka semakin besar keuntungan yang didapatkan. Penting untuk disebutkan di sini bahwa retensi pelanggan adalah rasional karena semakin lama pelanggan dikaitkan dengan suatu organisasi, ada kemungkinan besar pelanggan akan menghasilkan keuntungan (Baber, 2020). Penelitian tertentu telah menunjukkan pengaruh *customer retention* pada laba perusahaan. Penelitian sebelumnya menunjukkan bahwa peningkatan *customer retention* sebesar 1% dapat meningkatkan laba perusahaan sebesar 5% (AlGharaibah, 2020). Oleh karena itu, *customer retention* ini terbukti bisa menghasilkan profitabilitas jangka panjang dalam perusahaan. Retensi pelanggan telah terbukti secara konsisten sebagai jalur akhir untuk meningkatkan profitabilitas jangka panjang (Han et al., 2019).

Customer retention pada Relationship Marketing di Industri Perhotelan

customer retention ini berfokus pada program loyalitas ataupun *relationship marketing*. Sejalan dengan jurnal (Mokhtaruddin et al., 2019), menyatakan bahwa untuk menarik minat konsumen tersebut maka dibutuhkan kualitas produk, promosi yang efektif, harga yang kompetitif dibandingkan dengan pesaing, dan memiliki hubungan yang baik dengan pelanggan/*relationship marketing*, selain itu *customer retention* juga berfokus pada faktor-faktor seperti program loyalitas dan penggunaan *customer relationship manajemen* serta *relationship marketing* (Mokhtaruddin et al., 2019).

METODE

Metode penelitian yang digunakan dalam penelitian ini adalah *systematic literature review*. Pendekatan *systematic literature review* akan menghasilkan penelitian kualitatif kredibel dikarenakan menetapkan topik yang jelas, tujuan dan pertanyaan penelitian yang jelas, cara mencari sumber tinjauan pustaka yang jelas, dan juga mensintesis literature tersebut sebelum ditarik kesimpulannya. Terdapat enam langkah utama dalam mengembangkan dan melakukan *systematic literature review* (Efron & Ravid, 2019 ; Suswanto, 2010).

Dalam proses pengumpulan literatur tersebut dilakukan teknik pengumpulan data dengan *prisma flow diagram* atau *preferred reporting items for systematic literature reviews and meta-analyses*. Tahap awal yang dilakukan yaitu *identification*, dalam tahapan ini peneliti harus menentukan *keywords* yang akan digunakan dalam pencarian jurnal di *database*. *Keywords* yang akan digunakan ini didasarkan pada *research question* penelitian untuk mendapatkan hasil yang akurat dalam pencarian di *database*. *keywords* yang dapat membantu membentuk *search strings* yang nantinya akan diaplikasikan kedalam *database*. Dalam pembentukan *search string* peneliti menggunakan *boolean operators AND/OR/NOT* untuk memperbaiki hasil pencarian. *Search strings* ini kemudian diaplikasikan kedalam *database* dan diatur menggunakan *tools* referensi *Zotero*.

Hasil dari penyaringan berdasarkan kriteria tersebut akan menghasilkan jurnal yang selanjutnya akan dijadikan *final paper* dan dianalisis. Kemudian peneliti melakukan ekstraksi data menggunakan *template analysis*, sesuai dengan pendapat King dalam jurnal Burton & Galvin menyebutkan bahwa bahwa peneliti membuat daftar literatur yang relevan dengan pertanyaan penelitian kemudian terus dianalisis sampai mendapatkan suatu temuan tertentu dalam penelitian kualitatif (Burton & Galvin, 2018). Dalam penelitian ini menggunakan *basic data extraction template* (stebbin-boaz, 1999) untuk mendapatkan data yang spesifik dan relevan dari jurnal tersebut.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Berdasarkan metode pengumpulan data yang sudah dilakukan sebelumnya, peneliti mendapatkan 16 penelitian untuk dimasukkan ke dalam tabel *data extraction*. Penelitian tersebut

sebagian besar bersifat kuantitatif dan beberapa bersifat kualitatif.

Berikut literatur yang penulis dapatkan setelah melalui *systematic literature review funnel*.

Tabel 1. Final Paper

No	Judul	Penulis	Tahun	Sumber
1	<i>Factors Affecting Consumer Retention of Hotel Web Sites</i>	Noor Raihan AB Hamid & AW Yoke Cheng	2012	<i>Sage</i>
2	<i>Determinants of Customer retention in Hotel Industry</i>	Shahzad Khan	2013	<i>Springer</i>
3	<i>Managing Customer retention of Hotel Industry in Malaysia</i>	Nurul Syaqirah, Z & Putra Faizurrahman, Z.	2014	<i>Science Direct</i>
4	<i>An Analysis of The Influencing Factors of Customer retention in Tourism Resort Industry: A Case Study of Lingnan Impression Park, Guangzhou, China</i>	Li Li, Shen mei Yuan & Nan Jiang	2014	<i>Sage</i>
5	<i>The Impact of Customer Loyalty Programs on Customer retention</i>	Dr. Sima Ghaleb Magatef & Dr. Elham Fakhri Tomalieh	2015	<i>Sage</i>

6	<i>Customer retention in the eco-friendly hotel sector: examining the diverse processes of post-purchase decision making</i>	Heesup Han & Haejin Yoon	2015	<i>Taylor and Francis</i>	10	<i>Customer Relationship Management (CRM) on Customer Loyalty and Retention in Hotel Industry of Jharkhand</i>	Sanjiv Kumar Srivastava, Bibhas Chandra & Gautam Shandilya	2018	<i>Scopus</i>
7	<i>Customer retention Strategies and Hotel Performance in Classified Hotels in Mombasa County, Kenya</i>	Silyvia Askine Achieng (BSc.HM)	2016	<i>Springer</i>	11	<i>A Critical Analysis on Service Quality and Customer retention</i>	Prof. Bobby W. Loyy & Mr. Manish Kumar	2018	<i>Taylor and Francis</i>
8	<i>Impact of Customer Relationship Management on Customer Loyalty, Customer retention and Customer Profitability for Hotelier Sector</i>	Sandra Dinora Orantes-Jiménez, Graciela Vázquez-Álvarez & Ricardo Tejeida-Padilla	2017	<i>Taylor and Francis</i>	12	<i>Customer Engagement in Hospitality and Tourism: A Systematic Review and Future Research Agenda</i>	Kevin Kam Fung So, Xiang (Robert) Li & Hyunsu Henry Kim	2019	<i>Sage</i>
9	<i>The Impact of CRM dimensions on Customer retention in the Hospitality Industry: Evidence from the Moroccan Hotel sector</i>	Chetioui Youssef, Hassan Abbar & Zahra Benabbou	2017	<i>Springer</i>	13	<i>Customer retention in five-star hotels in Jordan: The mediating role of hotel perceived value</i>	Owais Barkat Al-Gharaibah	2020	<i>Taylor and Francis</i>
					14	<i>Factors Affect Customer retention: A Systematic Review</i>	Salama S. Alkitbi, Muhammad Alshurideh, Barween Al Kurdi, & Said A. Salloum	2021	<i>Springer</i>

15	<i>Do Relationships Marketing Constructs Enhance Consumer Retention? An Empirical Study Within the Hotel Industry</i>	Suha Fouad Salem	2021	Sage
16	<i>Customer retention: A Literature Review</i>	Bhenu Artha1, Inna Zahara, Bahri & Niken Permata Sari	2022	Sage

Setelah mengetahui literatur yang didapatkan melalui berbagai tahapan dalam *systematic literature review*. Selanjutnya dilakukan ekstraksi data menggunakan *basic data extraction template*. Peneliti menggunakan *basic data extraction template* (Jesson et al., 2011) untuk mendapatkan data spesifik dari jurnal tersebut.

Penelitian mengenai *customer retention* di industri perhotelan telah dilakukan oleh peneliti terdahulu sebagai dampak dari kesuksesan di pasar yang dapat dicapai dengan menerapkan kebijakan yang diarahkan pada kepuasan dan loyalitas pelanggan daripada menarik pelanggan baru sehingga untuk mendorong kepuasan pelanggan, loyalitas, dan profitabilitas hotel harus berkonsentrasi untuk mengeksplorasi strategi *customer retention* yang bertujuan untuk menemukan, mengumpulkan, dan menangkap informasi yang tepat, mengevaluasi dan menyebarkannya ke organisasi (Goyal, 2014). Penelitian ini bertujuan untuk menjelaskan bagaimana *customer retention* di industri perhotelan dan faktor-faktor yang dapat mempengaruhi *customer retention* di industri perhotelan.

Hasil pencarian dari 6 database menunjukkan bahwa banyak penelitian terkait analisis *customer retention* di industri perhotelan dalam ruang lingkup global di antara tahun 2012 hingga 2022 yang menunjukkan bahwa strategi *customer retention* di industri perhotelan ini masih banyak diteliti hingga saat ini.

Dari hasil identifikasi studi 10 tahun terakhir terkait *customer retention* di industri perhotelan dapat diketahui bahwa penelitian dilakukan di

beberapa negara yaitu Malaysia, India, China, Yordania, Maroko, Pakistan, Kenya, Meksiko, dan Korea. Hasil studi ini menjelaskan bahwa peneliti dapat mengklasifikasikan pertanyaan pertama sesuai dengan bahasan penelitian sesuai dengan negara dan juga objek penelitiannya. Studi terkait *customer retention* banyak diteliti di negara Malaysia dimana pada beberapa artikel membahas mengenai *service quality*, *customer experience*, *social media marketing* dan *customer satisfaction* yang dihubungkan dengan *customer retention*. Kemudian diikuti oleh dua studi selanjutnya yang dilakukan di negara India dengan membahas mengenai penerapan strategi *customer relationship management* yang dapat meningkatkan *customer retention* di India dikarenakan dengan strategi ini dapat meningkatkan hubungan dan interaksi dengan pelanggan dan juga dapat membantu menghemat waktu dan tenaga pelanggan. Selanjutnya, terdapat 2 studi yang membahas tentang beberapa indikator yang mempengaruhi *customer retention* dan juga efek mediasi pada *perceived value*.

Selain itu juga terdapat penelitian yang dilakukan di China dengan membahas hubungan antara atraksi wisata di sekitar hotel apakah berpengaruh terhadap *customer retention* hotel tersebut. Selanjutnya terdapat penelitian di Pakistan membahas mengenai faktor-faktor penting yang dalam retensi pelanggan. Selain itu juga terdapat penelitian yang dilakukan di Meksiko dan Maroko yang membahas mengenai dampak *customer relationship management* terhadap *customer retention*, dimana dijelaskan bahwa dengan meningkatnya *customer retention* dapat meningkatkan profitabilitas hotel dan juga dapat meningkatkan customer loyalty pada beberapa hotel di Meksiko dan Maroko (Orantes-Jiménez et al., 2017) & (Chetioui et al., 2017).

Terakhir yaitu penelitian yang dilakukan di negara Korea yang membahas mengenai teori *repurchase-decision making* terhadap *customer retention* di industri perhotelan Korea. Industri jasa menerima bagian yang jelas mendasar dalam perekonomian berbagai negara. Dari beberapa penelitian yang dilakukan di berbagai negara ini menunjukkan bahwa lingkungan persaingan global dianggap sebagai hal yang penting untuk mengembangkan strategi agar hotel sukses dan bertahan sehingga dapat mengetahui apakah kinerja hotel di negara tertentu sudah memenuhi dan/atau melebihi harapan untuk meningkatkan *customer retention* seperti yang didefinisikan oleh Zeithaml et al., pada (Loy & Kumar, 2018). Selanjutnya yaitu hasil dari *final paper* yang dianalisis selama 10 tahun terakhir ini telah mengidentifikasi 20 faktor yang mempengaruhi *customer retention* di

industri perhotelan. Dari hasil identifikasi pada penelitian sebelumnya banyak dikaitkan dengan *service quality, customer experience, customer satisfaction, word of mouth, loyalty program, customer relationship management, social media marketing, revisit intention, customer engagement, marketing communication, pricing, brand loyalty, customer behavior intention, attraction, physical environment, perceived value, customer service, f&b quality, customer trust, dan customer orientation*.

Berdasarkan penelitian yang dikaji, terdapat dua area topik utama penelitian berdasarkan identifikasi penelitian dari tahun 2012 sampai 2022 dimana kedua topik utama tersebut meliputi:

1. Faktor faktor yang mempengaruhi *customer retention* dari perspektif konsumen
2. Faktor faktor yang mempengaruhi *customer retention* dari perspektif organisasi atau industri

Faktor-faktor yang mempengaruhi *customer retention* dari perspektif konsumen ini merujuk dan berfokus pada pemahaman konsumen dalam melakukan pembelian hotel ketika konsumen merasa suatu produk atau jasa tersebut berkualitas dan mampu membuat konsumen puas. Hasil penelitian yang dapat menjawab pertanyaan kedua ini telah disesuaikan dengan dimensi yang ada pada artikel (Alkitbi et al., 2021). Dari hasil penelitian ini dapat dipahami bahwa pentingnya komitmen dan kepercayaan yang mengarah untuk membangun korelasi positif antara perusahaan dan pelanggan dan mendorong efisiensi, produktivitas, dan efektivitas. Tingkat kepercayaan antara penyedia layanan dan pelanggan secara signifikan dipengaruhi oleh kualitas layanan, yang menghasilkan komitmen yang efektif kepada penyedia, dan meningkatkan komitmen penting karena mengarah pada niat untuk berinvestasi lebih jauh dan memperkuat hubungan dengan penyedia (Alkitbi et al., 2021).

KESIMPULAN

Peran *customer retention* di industri perhotelan sangat penting, hal ini dapat dilihat karena banyak temuan peneliti sebelumnya yang mendefinisikan bahwa *customer retention* digunakan untuk menarik pelanggan dan mempertahankan pelanggan. *Customer retention* juga dapat memicu perkembangan komitmen untuk terus melakukan bisnis pada perusahaan tertentu secara berkelanjutan. Sehingga dengan adanya *customer retention* dapat memunculkan keinginan pelanggan untuk membeli, komitmen, kepercayaan, kesediaan

untuk merekomendasikan, dan niat membeli kembali. Dengan memahami konsep *customer retention* di industri perhotelan maka ditemukanlah beberapa masukan untuk *stakeholder* dalam melakukan penelitian-penelitian selanjutnya mengenai *customer retention*. Penelitian ini menggunakan *systematic Literature review* untuk mengetahui penerapan *customer retention* di industri perhotelan dengan menjabarkan penelitian terdahulu mengenai *customer retention* dan faktor-faktor yang mempengaruhi *customer retention* di industri perhotelan.

Dari data yang sudah dikumpulkan, penelitian ini berhasil menjawab dua pertanyaan penelitian. Dari studi sepuluh tahun terakhir terkait *customer retention* di industri perhotelan diketahui bahwa penelitian ini dilakukan di berbagai negara yaitu Malaysia, India, Yordania, China, Pakistan, Kenya, Meksiko, Korea, dan Maroko. Dari hasil penelitian di industri perhotelan yang banyak diteliti terkait *customer retention* dapat kita ketahui bahwa Malaysia menjadi salah satu negara yang dapat dikategorikan sebagai penelitian yang membahas tentang kualitas layanan hotel seperti situs web dan kamar yang dapat berpengaruh terhadap *customer retention* di industri perhotelan Malaysia. Kemudian dua penelitian lain dilakukan di India dan Yordania yang membahas mengenai program *customer relationship management* dan beberapa definisi *customer retention* di industri perhotelan. Studi lain dilakukan di berbagai negara seperti China, Pakistan, Kenya, Maroko, Korea, dan juga Meksiko. Semua studi yang dilakukan di negaranegara tersebut lebih sering berfokus pada penelitian yang membahas mengenai beberapa strategi yang dilakukan untuk meningkatkan *customer retention* dan juga pentingnya program *customer relationship management* terhadap *customer retention* di tiap industri perhotelan.

Kemudian, faktor-faktor yang mempengaruhi *customer retention* juga ditemukan di dalam penelitian sebelumnya dimana terdapat 20 faktor. Dari hasil identifikasi pada penelitian sebelumnya banyak dikaitkan dengan *service quality, customer experience, customer satisfaction, word of mouth, loyalty program, customer relationship management, social media marketing, revisit intention, customer engagement, marketing communication, pricing, brand loyalty, customer behavior intention, attraction, physical environment, perceived value, customer service, f&b quality, customer trust, dan customer orientation*. Kemudian faktor-faktor tersebut peneliti kelompokan menjadi 2 topik penelitian yaitu Faktor faktor yang mempengaruhi *customer retention* dari perspektif konsumen dan Faktor

faktor yang mempengaruhi *customer retention* dari perspektif organisasi atau industri.

DAFTAR PUSTAKA

- Achieng, Si. A. (2016). Customer Retention Strategies and Hotel Performance in Classified Hotels in Mombasa County, Kenya.
- Alberto, C., Sampaio, F., Herna, M., & Jose, R. (2019). The Relationship Between Market Orientation , Customer Loyalty and Business Performance: A Sample From the Western Europe Hotel Industry. <https://doi.org/10.1177/1467358419829179>
- Al-dweik, M. R. (2018). The Role of Hotel Staff in Returning Customers in the Five and Four Star Hotels (Case Study Dead Sea). 36, 47–56.
- Al-Gharaibah, O B (2020) Customer Retention in Five-Star Hotels in Jordan: The Mediating Role of Hotel Perceived Value. <https://doi.org/10.5267/j.msl.2020.7.015>
- Al-homery, H. A., Asharai, H., & Ahmad, A. (2019). The Core Components and Types of CRM. 7(1), 121–145.
- Alkitbi, S. S., Alshurideh, M., Al Kurdi, B., & Salloum, S. A. (2021). Factors Affect Customer Retention: A Systematic Review. https://doi.org/10.1007/978-3-030-58669-0_59
- Alshourah, S., Alassaf, H., & Altawalbeh, M. (2018). Roles of Top Management and Customer Orientation in Enhancing the Performance of Customer Relationship Management (CRM) in Hotel Industry. 6(3), 233–239.
- Anis, P., & Abdullah, A. (2018). Diagnosis of Positive Indicators of Customer Retention a Survey of the Views of Customers of the Diwan Hotel, A First Class Hotel in Baghdad. 2(42), 1–14.
- Arabia, B. S., & Region, Q. (2019). Pillars of Customer Retention : An Empirical Study one the Influence of Customer Satisfaction, Customer Loyalty, Customer Profitability on Customer Retention. 14(2), 421–435. <https://doi.org/10.5937/sjm14-15517>
- Artha, B., Zahara, I., & Sari, N. P. (2022). Customer Retention : A Literature Review. 2(1), 30–45. <https://doi.org/10.47153/sss21.2952022>
- Astuti, W., & Respati, H. (2020). The Influence of Experiential Marketing and Relationship Marketing on Hotel Customer Loyalty. 4464(9). <https://doi.org/10.36349/EASJEBM.2020.v03i09.003>
- Aurora, C., Barbu, M., & Condrea, E. (2020). Determining the Quality of Hotel Services in Mamaia Resort. XX(2), 141–148.
- Barusman, A. R. P., Rulian, E. P., & Susanto. (2019). The Antecedent of Customer Satisfaction and its Impact on Customer Retention in Tourism as Hospitality Industry. International Journal of Advanced Science and Technology. 28(8 Special Issue), 322–330. <https://doi.org/10.31235/osf.io/469v5>
- Casais, B., Fernandes, J., & Sarmento, M. (2020). Tourism Innovation Through Relationship Marketing And Value Co-Creation : A Study on Peer-To-Peer Online Platforms for Sharing Accommodation. Journal of Hospitality and Tourism Management. 42, 51–57. <https://doi.org/10.1016/j.jhtm.2019.11.010>
- Cengiz, E., Cengiz, F., Cavusoglu, M., & Cobanoglu, C. (2019). Managerial Perceptions of Cost-System Obsolescence and Factors That Might Affect It: A Case Study in the Turkish Hotel Industry. International Journal Of Contemporary Hospitality Management. 31(7), 2884–2913. <https://doi.org/10.1108/IJCHM-01-2018-0099>
- Chetioui, Y., Abbar, H., & Benabbou, Z. (2017). The Impact of CRM Dimensions on Customer Retention in the Hospitality Industry: Evidence from the Moroccan Hotel sector. Journal of Research in Marketing. 8(1), 652. <https://doi.org/10.17722/jorm.v8i1.211>
- Das, S. (2018). The Impact of Customer Relationship Management (CRM) Practices on Customer Retention and the Mediating Effect of Customer Satisfaction. 1, 95–103.
- Education, F. O. F., & Studies, B. (2020). Customer Retention Through Trust in The Sharing Economy.
- Ghaleb, A., & Alhakimi, W. (2019). The Impact of CRM Components System on Customer Retention in The Telecom Industry: A Case Of Y-Telecom in Yemen. Middle East J. of Management. 6(4), 378. <https://doi.org/10.1504/mejm.2019.10021658>
- Han, H., & Yoon, H. (2015). Customer Retention in the Eco-Friendly Hotel Sector : Examining the Diverse Processes of Post-Purchase Decision-Making. <https://doi.org/10.1080/09669582.2015.1044535>
- Han, H., Jongsik, Y., & Hyun, S. S. (2020). Nature Based Solutions and Customer Retention Strategy: Eliciting Customer Well-Being Experiences and Self-Rated Mental Health.

- International Journal of Hospitality Management.
<https://doi.org/10.1016/j.ijhm.2019.102446>
- Hanaysha, J. R. (2018). Customer Retention and The Mediating Role of Perceived Value in Retail Industry. *World Journal of Entrepreneurship, Management and Sustainable Development*, 14(1), 2–24.
<https://doi.org/10.1108/wjemsd-06-2017-0035>
- Hashim, A., & Business, I. (2020). What Drives Customer Switching Intention in Malaysian Hotel Industry?. 23(1), 18–40.
- Hsu, L., Zhang, J. J., & Lawrence, B. (2020). The Moderating Role of Hotel Type on Advertising Expenditure Returns in Franchised Chains. *Journal of Advertising*, 0(0), 1–17.
<https://doi.org/10.1080/00913367.2020.1809032>
- Hua, N., Wei, W., Defranco, A. L., Wang, D., & Hua, N. (2018). Do Loyalty Programs Really Matter for Hotel Operational and Financial Performance? <https://doi.org/10.1108/IJCHM-12-2016-0643>
- Hyun, S., Cha, J., Singh, A. J., & Knutson, B. (2013). A Longitudinal Investigation to Test the Validity of the American Customer Satisfaction Model in the U.S. Hotel Industry. *International Journal of Hospitality Management*, 35, 193–202. <https://doi.org/10.1016/j.ijhm.2013.05.004>
- Jang, S., Liu, T., Hye, J., & Yang, H. (2018). Understanding Important Hotel Attributes From the Consumer Perspective Over Time. *Australasian Marketing Journal*.
<https://doi.org/10.1016/j.ausmj.2018.02.001>
- Kam, K., So, F., & Kim, H. H. (2019). Customer Engagement in Hospitality and Tourism: A Systematic Review and Future Research Agenda. 1–23.
<https://doi.org/10.1177/1096348019895562>
- Kim, Y. H., Barber, N., & Kim, D. (2019). Sustainability Research in the Hotel Industry : Past, Present, and Future. *Journal of Hospitality Marketing & Management*, 28(05), 1–45.
<https://doi.org/10.1080/19368623.2019.1533907>
- Li, L., Yuan, S. mei, & Jiang, N. (2014). An Analysis of The Influencing Factors of Customer retention in Tourism Resort Industry: A Case Study of Lingnan Impression Park, Guangzhou, China. 2(2), 1–13.
<https://doi.org/10.15604/ejbm.2014.02.02.001>
- Loyy, B., & Kumar, M. (2018). A Critical Analysis on Service Quality and Customer retention.
- Magatef, S. G., & Tomalieh, E. F. (2015). The Impact of Customer Loyalty Programs on Customer Retention. 6(8), 78–93.
- Majeed, M., Asare, C., Fatawu, A., Abubakari, A., Majeed, M., Asare, C., Fatawu, A., & Abubakari, A. (2022). An Analysis of The Effects of Customer Satisfaction and Engagement on Social Media on Repurchase Intention in the Hospitality Industry. *Cogent Business & Management*, 9(1).
<https://doi.org/10.1080/23311975.2022.2028331>
- Maramba-toperoromo, F., & Shoko, J. (2020). Impact of Customer Centric Strategy on Customer Satisfaction : A Case Study of Golden Peacock Villa Hotel In Mutare. 40–58.
<https://doi.org/10.36713/epra1013>
- Marinakou, E., & Giousmpasoglou, C. (2019). Talent Management and Retention Strategies in Luxury Hotels : Evidence From Four Countries. 31(10), 3855–3878.
<https://doi.org/10.1108/IJCHM-10-2018-0862>
- Miranda, K. (2018). The Effects of Loyalty Programs on Profits and Customer Retention.
- Mohsin, A., Rodrigues, H., & Brochado, A. (2019). Management Shine Bright Like a Star: Hotel Performance and Guests Expectations Based on Star Ratings. *International Journal of Hospitality Management*, 83, 103–114.
<https://doi.org/10.1016/j.ijhm.2019.04.012>
- Noor Hamid, A. B., & Cheng. (2012). Factors Affecting Consumer Retention of Hotel Web Sites in Hospitality and Tourism Industry. 2, 143–148.
- Ofosu-Boateng, I. (2020). Effect of Sales Promotion and Relationship Marketing on Customer Retention in the Telecommunication Industry in Accra, Ghana. *British Journal of Management and Marketing Studies*, 3(1), 37–54. https://abjournals.org/british-journal-ofmanagement-and-marketing-studiesbjmms/wp-content/uploads/sites/3/journal/published_paper/volume-3/issue-1/BJMMS_NtgSyEOz.pdf
- Oppong, G., Ampong, A., Mohammed, M., & Appaw-agbola, E. T. (2020). Exploring Customer Loyalty Following Service Recovery: A Replication Study in the Ghanaian Hotel Industry.
<https://doi.org/10.1108/JHTI-03-2020-0034>
- Orantes-Jiménez, S.-D., Vázquez-Álvarez, G., & Tejeida-Padilla, R. (2017). Impact of Customer Relationship Management on Customer Loyalty, Customer Retention and Customer Profitability for Hotelier Sector. 15(4), 36–43.

- Reza, S., & Mubarik, M. S. (2020). Relationship Marketing and Third-Party Logistics: Evidence from Hotel Industry. 3(3), 371–393. <https://doi.org/10.1108/JHTI-07-2019-0095>
- Rosalina, V., H. H., & Triayudi, A. (2019). Electronic Customer Relationship Management (E-CRM) Application as Efforts to Increase Customer Retention of Micro Small and Medium Enterprises (MSMEs) in Banten Indonesia. *International Journal of Computer Applications*. 181(39), 1–8. <https://doi.org/10.5120/ijca2019918310>
- Salem, S. F. (2021). Do Relationship Marketing Constructs Enhance Consumer Retention? An Empirical Study Within the Hotel Industry. <https://doi.org/10.1177/21582440211009224>
- Sarwari, S. (2021). Customer Satisfaction Model: Identify the Determinants of Budget Hotel. 5(1), 34–51. <https://doi.org/10.4018/IJTHMDA.2021010103>
- Siswanto, S. (2012). Systematic Review Sebagai Metode Penelitian untuk Mensintesis Hasil Hasil Penelitian (Sebuah Pengantar). *Buletin Penelitian Sistem Kesehatan*, 13(4). <https://doi.org/10.22435/bpsk.v13i4>
- Sofi, M. R., Bashir, I., Parry, M. A., & Dar, A. (2020). The Effect of Customer Relationship Management (CRM) Dimensions on Hotel Customer's Satisfaction in Kashmir. *International Journal of Tourism Cities*. 6(3), 601–620. <https://doi.org/10.1108/IJTC-06-2019-007>
- Sourvinou, A., & Filimonau, V. (2017). Planning for an Environmental Management Programme in a Luxury Hotel and its Perceived Impact on Staff: An Exploratory Case Study. 9582. <https://doi.org/10.1080/09669582.2017.1377721>
- Sousa, B. M., & Alves, G. M. (2018). The Role of Relationship Marketing in Behavioural Intentions of Medical Tourism Services and Guest Experiences. <https://doi.org/10.1108/JHTI-05-2018-0032>
- Srivastava, S. K., Chandra, B., & Shandilya, G. (2018). Customer Relationship Management (CRM) on Customer Loyalty and Retention in Hotel Industry of Jharkhand. 9(1), 784–796.
- Srivastava, S., & Singh, N. (2021). Do Corporate Social Responsibility (CSR) Initiatives Boost Customer Retention in the Hotel Industry? A Moderation-Mediation Approach. *Journal of Hospitality Marketing & Management*, 00(00), 1–27. <https://doi.org/10.1080/19368623.2021.1841705>
- Syaqirah, Z. N., & Faizurrahman, Z. P. (2014). Managing Customer Retention of Hotel Industry in Malaysia. *Procedia Social and Behavioral Sciences*. 130, 379–389. <https://doi.org/10.1016/j.sbspro.2014.04.045>
- Tahir, R., & Corresponding, A. (2020). Evaluating the Impact of Customer Relationship Management (CRM) Strategies on Customer Retention (A Study of Fast Food Chains in Pakistan). 11(2). <https://doi.org/10.5296/bms.v11i2.17934>
- Triandini, E., Jayanatha, S., Indrawan, A., Werla Putra, G., & Iswara, B. (2019). Metode Systematic Literature Review untuk Identifikasi Platform dan Metode Pengembangan Sistem Informasi di Indonesia. *Indonesian Journal of Information Systems*. 1(2), 63. <https://doi.org/10.24002/ijis.v1i2.1916>
- Wong, A., Guillet, B. D., & Wong, A. (2018). Value of a Hotel Stay: A Case Study in Hong Kong. *Asia Pacific Journal of Tourism Research*. 0(0), 1–12. <https://doi.org/10.1080/10941665.2018.1492941>
- Yu, J., Seo, J., & Sean, S. (2021). Perceived Hygiene Attributes in the Hotel Industry: Customer Retention Amid the COVID-19 Crisis. *International Journal of Hospitality Management*. 93. <https://doi.org/10.1016/j.ijhm.2020.102768>