

## **Pengaruh *Customer Experience* Terhadap *Repurchase Intention* Tamu di Hotel Axana Padang**

**Riva Marzal, 16135222**

**Program Studi D4 Manajemen Perhotelan, Fakultas Pariwisata dan Perhotelan Universitas Negeri Padang**

**Email: rivamarzal08@gmail.com**

### **ABSTRAK**

Penelitian ini di latar belakang dengan ditemukannya masalah terkait *customer experience* dan *repurchase intention* tamu di Hotel Axana Padang, dimana masih ada keluhan tamu yang disampaikan melalui Traveloka Hotel yang berhubungan dengan *customer experience* dan *repurchase intention* yang mudah terjadi di industri perhotelan. Tujuan penelitian ini adalah untuk mengetahui pengaruh *customer experience* terhadap *repurchase intention* tamu di Hotel Axana Padang.

Penelitian ini menggunakan jenis penelitian dengan penelitian kuantitatif dengan pendekatan asosiatif Kausal. Populasi dalam penelitian ini adalah tamu yang pernah menginap di Hotel Axana Padang. Jumlah sampel dalam penelitian ini adalah 100 orang. Teknik pengambilan sampel yang digunakan dalam penelitian ini adalah *non probability sampling*, jenis *non probability sampling* yang di gunakan adalah *purposive sampling* yaitu teknik penentuan sampel dengan menggunakan pertimbangan tertentu. Pertimbangan penentu responden pada penelitian ini adalah tamu dengan kriteria usia 18 tahun dan pernah menginap minimal 1 kali di Hotel Axana Padang. Teknik pengumpulan data menggunakan kuesioner (angket) dengan menggunakan *Skala Likert* terdiri dari 26 pernyataan sudah di uji Validitas dan reabilitas. Selanjutnya dapat dideskripsikan serta dilakukan uji persyaratan analisis dan pengujian hipotesis yang menggunakan analisis regresi linear sederhana serta determinasi dengan program SPSS versi 16.00. Penelitian ini berjumlah 100 orang sampel.

Berdasarkan hasil penelitian tentang tentang *customer experience* di Hotel Axana Padang, dapat dijelaskan bahwa dari 100 orang sampel untuk variabel *customer experience* berada pada kategori sangat baik 54 (54%). Untuk variabel *repurchase intention* tamu berada pada kategori baik 57 (57%), hasil Uji Regresi linear Sederhana memperoleh nilai  $f$  hitung 39,635 dengan  $Sig$   $0,00 < 0,05$  berarti Variabel  $x$  dijelaskan variabel  $y$  secara Signifikan dengan nilai  $R Square$  0,238. Jadi variabel *customer experience* mempengaruhi *repurchase intention* tamu 23,8%. 76,2% ditentukan Faktor Lain.

**Kata Kunci: *customer experience*, *repurchase intention* tamu**