ABSTRAK

Pengaruh *Customer Experience* Terhadap *Repurchase Intention* di Hotel Grand Royal Denai Bukittinggi

Oleh: Cindy Afrima

Grand Royal Denai adalah salah satu hotel berbintang di kota bukittinggi yang menyediakan jasa layanan, dan selalu berusaha memberikan pelayanan yang terbaik terhadap pelanggan. Latar belakang permasalahan yang ditemukannya mengenai *customer experience* dan *repurchase intention* tamu di Hotel Grand Royal Denai Bukittinggi, bahwa masih terdapat *review* tentang keluhan tamu terhadap kenyamanan, pelayanan dan fasilitas di Hotel Grand Royal Denai Bukittinggi yang terdapat pada Traveloka. Dimana tamu merespon positif maupun negatif terhadap produk dan jasa yang ada di Hotel Grand Royal Denai Bukittinggi yang berkaitan dengan *customer experience* dan *repurchase intention* tamu. Pada bulan oktober sampai desember 2019 Hotel Grand Royal Denai mengalami peningkatan tamu yang menginap kembali namun di bulan januari sampai maret 2020 hotel mengalami penurunan. Berdasarkan latar belakang penelitian ini bertujuan untuk menganalisis dan mengetahui dari pengaruh *customer experience* terhadap *repurchase intention* di Hotel Grand Royal Denai Bukittinggi.

Jenis penelitian ini merupakan penelitian deskriptif kuantitatif dengan metode kausal assosiatif. Dalam penelitian ini yang menjadi sampel adalah tamu yang melakukan kunjungan kembali di Hotel Grand Royal Denai dan yang sedang menginap sebanyak 95 responden. Penelitian ini teknik pengumpulan data dengan menggunakan angket atau *kuesioner* pada alat ukur skala *likert* dengan uji validitas dan reliabilitas. Uji persyaratan analisis, analisis regresi linear sederhana dan koefisien determinasi menggunakan program SPSS 16.00.

Dari hasil penelitian ini dapat dikatakan bahwa variabel *customer experience*melalui penyebaran angket atau *kuesioner* sebanyak 13 soal kepada 95 tamu yang menginap di Hotel Grand Royal Denai Bukittinggi dengan persentase sebanyak 87% responden yang termasuk ke dalam kategori baik. Pada variabel repurchase intention dengan persentase 83% responden termasuk dalam kategori baik. Uji regresi linear sederhana dengan nilai t hitung sebesar 8,114 dengan taraf sig 0,00 < 0,05 dan dapat diperoleh nilai R *Square* sebesar 0,414 yang artinya variabel *customer experience* menpengaruhi *repurchase intention* adalah 41,4% dan 58,6% ditentukan oleh faktor lain.

Kata kunci : *Customer Experience, Repurchase Intention*.