

**PENGARUH CUSTOMER EXPERIENCE TERHADAP REVISIT INTENTION
DI SAHID BATAM CENTER HOTEL DAN CONVENTION**

SKRIPSI

*Diajukan Untuk Memperoleh Gelar Sarjana Sain Terapan (S.ST)
Universitas Negeri Padang*



DISUSUN OLEH :
PUTRI PERMATA NIAMI
NIM 18135132/2018

**PROGRAM STUDI DIV MANAJEMEN PERHOTELAN
DEPARTEMEN PARIWISATA
FAKULTAS PARIWISATA DAN PERHOTELAN
UNIVERSITAS NEGERI PADANG
2022**

HALAMAN PERSETUJUAN SKRIPSI

**PENGARUH CUSTOMER EXPERIENCE TERHADAP REVISIT
INTENTION DI SAHID BATAM CENTER HOTEL DAN CONVENTION**

Nama : Putri Permata Niami
NIM/BP : 18135132/2018
Program Studi : D4 Manajemen Perhotelan
Departemen : Pariwisata
Fakultas : Pariwisata dan Perhotelan

Padang, 28 November 2022

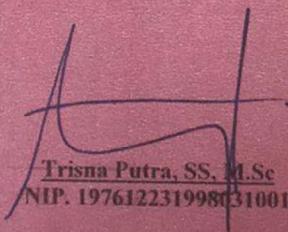
Disetujui Oleh:

Pembimbing



Nidia Wulansari, M.M
NIP. 199111192019032018

Ketua Departemen Pariwisata FPP UNP



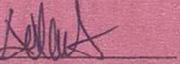
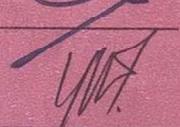
Trisna Putra, S.S., M.Sc
NIP. 197612231998031001

HALAMAN PENGESAHAN SKRIPSI

Dinyatakan Lulus Setelah dipertahankan di Depan Tim Penguji Skripsi Program
Studi D4 Manajemen Perhotelan Departemen Pariwisata
Fakultas Pariwisata dan Perhotelan
Universitas Negeri Padang

Judul	:	Pengaruh customer experience terhadap revisit intention di Sahid Batam Center Hotel dan Convention
Nama	:	Putri Permata Niami
NIM/BP	:	18135132/2018
Program Studi	:	D4 Manajemen Perhotelan
Departemen	:	Pariwisata
Fakultas	:	Pariwisata dan Perhotelan

Padang, 21 November 2022
Tim Penguji

Nama	Tanda Tangan
1. Ketua : Nidia Wulansari, M.M	1. 
2. Anggota : Feri Ferdian, S.ST.,M.M., Ph.D.CHE	2. 
3. Anggota : Youmil Abrian, SE, M.M	3. 



KEMENTERIAN PENDIDIKAN DAN KEBUDAYAAN
UNIVERSITAS NEGERI PADANG
FAKULTAS PARIWISATA DAN PERHOTELAN
DEPARTEMEN PARIWISATA
Jl. Prof Dr. Hamka Kampus UNP Air Tawar Padang 25131
Telp. (0751) 7051186
e-mail : pariwisata@fpp.unp.ac.id

SURAT PERNYATAAN TIDAK PLAGIAT

Saya yang bertanda tangan di bawah ini

Nama : Putri Permata Niami
NIM/TM : 18135132/2018
Program Studi : D4 Manajemen Perhotelan
Departemen : Pariwisata
Fakultas : Pariwisata dan Perhotelan

Dengan ini menyatakan bahwa skripsi saya yang berjudul,

“Pengaruh Customer Experience Terhadap Revisit Intention di Sahid Batam Center Hotel dan Convention” adalah benar merupakan hasil karya saya sendiri dan bukan merupakan plagiat dari karya orang lain. Apabila sesuatu saat terbukti saya melakukan plagiat, maka saya bersedia di proses dan menerima sanksi akademis maupun hukum sesuai dengan hukum dan ketentuan yang berlaku, baik di Universitas Negeri Padang maupun di masyarakat negara.

Demikianlah pernyataan ini saya buat dengan penuh kesadaran dan rasa tanggung jawab sebagai anggota masyarakat ilmiah.

Diketahui,

Ketua Departemen Pariwisata

Trisna Putra, SS, M.Sc
NIP. 19761223 19803 1001

Saya yang menyatakan,

Putri Permata Niami
NIM. 18135132

ABSTRAK

Putri Permata Niami, 2022. Pengaruh *Customer Experience* Terhadap *Revisit Intention* di Sahid Batam Center Hotel dan Convention

Penelitian ini dilatar belakangi oleh kurang minatnya berkunjung kembali tamu. Penelitian ini bertujuan untuk menganalisa pengaruh *customer experience* terhadap *revisit intention* di Sahid Batam Center Hotel dan *Convention*. Jenis penelitian ini adalah deskriptif kuantitatif dengan metode *asosiatif* bentuk hubungan kausal. Populasi dari penelitian ini adalah tamu individu yang berusia 18 tahun keatas dan pernah menginap di Sahid Batam Center Hotel dan *Convention*. Teknik pengambilan sampel menggunakan *purposive sampling*. Sampel yang digunakan dalam penelitian ini berjumlah 207 orang responden. Kuesioner penelitian menggunakan skala *likert* yang telah teruji validitas dan reliabilitasnya. Teknik analisis dengan uji regresi linear sederhana serta koefisien determinasi.

Berdasarkan penelitian yang telah dilakukan maka didapatkan hasil : (1) *customer experience* berada pada kategori baik dengan nilai skor total 12.653, (2) *revisit intention* berada pada kategori baik dengan nilai skor total 6.007, (3) hasil uji hipotesis regresi linear sederhana diperoleh F hitung 13.240 dengan nilai sig. $0,00 < 0,05$ maka variabel *customer experience* berpengaruh terhadap variabel *revisit intention* secara signifikan dengan R square sebesar 0,061 yang mana terdapat pengaruh *customer experience* terhadap *revisit intention* sebesar 6,1%. Selanjutnya koefisien regresi sebesar 0,095 pada taraf signifikan $0,00 < 0,05$ artinya setiap peningkatan sebesar 1 satuan *customer experience* akan meningkatkan 0,095 satuan *revisit intention*.

Kata Kunci : *Customer Experience, Revisit Intention.*

KATA PENGANTAR

Syukur Alhamdulillah penulis panjatkan kehadiran Allah SWT atas nikmat dan karunia-Nya penulis dapat menyelesaikan skripsi yang berjudul "**Pengaruh Customer Experience Terhadap Revisit Intention di Sahid Batam Center Hotel dan Convention**". Tujuan penulis menulis skripsi ini untuk memenuhi sebagian persyaratan untuk mendapatkan gelar Sarjana Sain Terapan (S.ST) Program Studi D4 Manajemen Perhotelan, Fakultas Pariwisata dan Perhotelan Universitas Negeri Padang. Dalam penulisan skripsi ini, penulis di bimbing dan di beri motivasi oleh berbagai pihak sehingga skripsi ini dapat diselesaikan dengan baik, maka dari itu penulis banyak mengucapkan terimakasih kepada :

1. Ibu Dra. Ernawati, M.Pd, Ph.D selaku Dekan Fakultas Pariwisata dan Perhotelan Universitas Negeri Padang.
2. Ibu Dr. Yuliana,SP, M.Si selaku wakil Dekan 1 Fakultas Pariwisata dan Perhotelan Universitas Negeri Padang.
3. Bapak Trisna Putra, SS, M.Sc selaku Ketua Program Studi Manajemen Perhotelan Fakultas Pariwisata dan Perhotelan Universitas Negeri Padang.
4. Bapak Arif Adrian, S.E, M.SM selaku Dosen Penasehat Akademik yang telah memberikan dukungan serta kritik dan saran yang membangun dalam skripsi ini.
5. Ibu Nidia wulansari, SE,MM selaku Dosen pembimbing skripsi yang telah membimbing dengan sabar dan mendukung penulis dalam menyusun skripsi ini.

6. Seluruh dosen yang telah membantu penulis dalam skripsi ini.
7. Kepada pihak Sahid Batam *Center Hotel* dan *Convention* yang telah mengizinkan penulis melakukan penelitian di Sahid Batam *Center Hotel* dan *Convention*.
8. Terimakasih sebesar-besarnya kepada bapak Nilwan dan ibu Juni Arnis selaku *support system* yang selalu memberikan semangat dan dukungan kepada penulis sehingga skripsi ini dapat diselesaikan.
9. Terimakasih kepada rekan mahasiswa D4 Manajemen perhotelan angkatan 2018 yang memberi dukungan kepada penulis.

Penulis menyadari bahwa skripsi ini masih jauh dari kata sempurna walaupun penulis sudah berusaha semaksimal mungkin, hal ini dikarenakan keterbatasan pengetahuan dan kemampuan penulis. Semoga skripsi ini dapat berguna dan bermanfaat bagi penulis khususnya dan bagi pembaca umumnya.

Padang, 23 November 2022

Putri Permata Niami

NIM. 18135132

DAFTAR ISI

KATA PENGANTAR.....	iii
DAFTAR ISI.....	v
DAFTAR TABEL	vii
DAFTAR GAMBAR.....	x
BAB I PENDAHULUAN.....	1
A. Latar Belakang.....	1
B. Identifikasi Masalah	8
C. Batasan Masalah	9
D. Rumusan Masalah.....	9
E. Tujuan Penelitian.....	9
F. Manfaat Penelitian.....	10
BAB II KAJIAN PUSTAKA	11
A. Landasan Teori	11
1. <i>Customer Experience</i>	11
a. Pengertian <i>Customer Experience</i>	11
b. Jenis-jenis <i>Customer Experience</i>	12
c. Indikator <i>Customer Experience</i>	14
2. <i>Revisit Intention</i>	16
a. Pengertian <i>Revisit Intention</i>	16
b. Faktor yang Mempengaruhi <i>Revisit Intention</i>	17
c. Indikator <i>Revisit Intention</i>	18
B. Kerangka Konseptual	20
C. Hipotesis Penelitian	21
BAB III METODE PENELITIAN	22
A. Jenis Penelitian	22
B. Tempat dan Waktu Penelitian.....	22
C. Variabel Penelitian	22
D. Definisi Operasional Variabel.....	23

E. Populasi dan Sampel Penelitian.....	24
F. Jenis dan Teknik Pengumpulan Data.....	26
G. Instrumen Penelitian	26
H. Uji Coba Instrumen	28
I. Teknik Analisis Data	32
J. Uji persyaratan Analisis.....	34
K. Pengujian Hipotesis	36
BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN.....	37
A. Temuan Umum	37
a. Sejarah berdirinya Sahid Batam <i>Center Hotel</i> dan <i>Convention</i>	37
b. Fasilitas Sahid Batam <i>Center Hotel</i> dan <i>Convention</i>	38
B. Temuan Khusus	39
a. Deskripsi Karakteristik Responden	39
b. Deskripsi Data Variabel Penelitian.....	43
c. Uji Persyaratan Analisis	76
d. Hasil Pengujian Hipotesis.....	78
e. Pembahasan.....	80
BAB V PENUTUP.....	85
A. Kesimpulan	85
B. Saran	86
DAFTAR PUSTAKA.....	88
LAMPIRAN.....	91

DAFTAR TABEL

Tabel 1. Perbandingan Persentase <i>Occupancy</i> Pada Bulan September 2020 - Februari 2021 dan Bulan September 2021 - Februari 2022 di Sahid Batam <i>Center Hotel</i> dan <i>Convention</i>	3
Tabel 2. Jumlah <i>Revisit Intention</i> Sahid Batam <i>Center Hotel</i> dan <i>Convention</i>	4
Tabel 3. Wawancara yang di Lakukan dengan Tamu yang Pernah Menginap di Sahid Batam <i>Center Hotel</i> dan <i>Convention</i>	7
Tabel 4. Daftar Jumlah Tamu yang Menginap pada September 2021 - Februari 2022	24
Tabel 5. Penentuan Jumlah Sampel	25
Tabel 6. Skala <i>Likert</i> pada Variabel X dan Variabel Y.....	27
Tabel 7. Kisi-kisi Instrumen Variabel Penelitian.....	27
Tabel 8. Hasil Analisis Validitas.....	30
Tabel 9. Interpretasi Nilai r (<i>Alpha Cronbach</i>)	31
Tabel 10. Hasil Uji Reliabilitas	31
Tabel 11. Batas Interval dan Kategori Pilihan	33
Tabel 12. Tingkat Capaian Responden (TCR).....	34
Tabel 13. Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis Kelamin di Sahid Batam <i>Center Hotel</i> dan <i>Convention</i>	39
Tabel 14. Karakteristik Responden Berdasarkan Usia di Sahid Batam <i>Center Hotel</i> dan <i>Convention</i>	40
Tabel 15. Karakteristik Responden Berdasarkan Pekerjaan di Sahid Batam <i>Center Hotel</i> dan <i>Convention</i>	41
Tabel 16. Karakteristik Responden Berdasarkan Kewarganegaraan di Sahid Batam <i>Center Hotel</i> dan <i>Convention</i>	41
Tabel 17. Karakteristik Responden Berdasarkan Menginap Yang Ke di Sahid Batam <i>Center Hotel</i> dan <i>Convention</i>	42
Tabel 18. Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis Tamu di Sahid Batam <i>Center Hotel</i> dan <i>Convention</i>	43

Tabel 19. Deskripsi Variabel <i>Customer Experience</i>	44
Tabel 20. Klasifikasi Skor Variabel <i>Customer Experience</i>	44
Tabel 21. Tingkat Capaian Responden Variabel <i>Customer Experience</i>	45
Tabel 22. Deskripsi Indikator <i>Sense Experience</i>	47
Tabel 23. Klasifikasi Skor Indikator <i>Sense Experience</i>	48
Tabel 24. Tingkat Capaian Responden Indikator <i>Sense Experience</i>	48
Tabel 25. Deskripsi Indikator <i>Feel Experience</i>	50
Tabel 26. Klasifikasi Skor Indikator <i>Feel Experience</i>	50
Tabel 27. Tingkat Capaian Responden Indikator <i>Feel Experience</i>	51
Tabel 28. Deskripsi Indikator <i>Think Experience</i>	53
Tabel 29. Klasifikasi Skor Indikator <i>Think Experience</i>	53
Tabel 30. Tingkat Capaian Responden Indikator <i>Think Experience</i>	54
Tabel 31. Deskripsi Indikator <i>Act Experience</i>	55
Tabel 32. Klasifikasi Skor Indikator <i>Act Experience</i>	56
Tabel 33. Tingkat Capaian Responden Indikator <i>Act Experience</i>	56
Tabel 34. Deskripsi Indikator <i>Relate Experience</i>	58
Tabel 35. Klasifikasi Skor Indikator <i>Relate Experience</i>	59
Tabel 36. Tingkat Capaian Responden Indikator <i>Relate Experience</i>	59
Tabel 37. Deskripsi Variabel <i>Revisit Intention</i>	61
Tabel 38. Klasifikasi Skor Variabel <i>Revisit Intention</i>	62
Tabel 39. Tingkat Capaian Responden Variabel <i>Revisit Intention</i>	62
Tabel 40. Deskripsi Indikator <i>Willingness to Visit Again</i>	64
Tabel 41. Klasifikasi Skor Indikator <i>Willingness to Visit Again</i>	65
Tabel 42. Tingkat Capaian Responden Indikator <i>Willingness to Visit Again</i>	65
Tabel 43. Deskripsi Indikator <i>Willingness to Invite</i>	67
Tabel 44. Klasifikasi Skor Indikator <i>Willingness to Invite</i>	67
Tabel 45. Tingkat Capaian Responden Indikator <i>Willingness to Invite</i>	68
Tabel 46. Deskripsi Indikator <i>Willingness to Positive Tale</i>	70
Tabel 47. Klasifikasi Skor Indikator <i>Willingness to Positive Tale</i>	70
Tabel 48. Tingkat Capaian Responden Indikator <i>Positive Tale</i>	71

Tabel 49. Deskripsi Indikator <i>Willingness to Place The Visiting Destination In Priority</i>	73
Tabel 50. Klasifikasi Skor Indikator <i>Willingness to Place The Visiting Destination In Priority</i>	73
Tabel 51. Tingkat Capaian Responden Indikator <i>Willingness to Place The Visiting Destination In Priority</i>	74
Tabel 52. Hasil Uji Normalitas Variabel <i>Customer Experience</i> Terhadap <i>Revisit Intention</i> di Sahid Batam <i>Center Hotel</i> dan <i>Convention</i>	76
Tabel 53. Hasil Uji Homogenitas Variabel <i>Customer Experience</i> Terhadap <i>Revisit Intention</i> di Sahid Batam <i>Center Hotel</i> dan <i>Convention</i>	77
Tabel 54. Hasil Uji Linearitas Variabel <i>Customer Experience</i> Terhadap <i>Revisit Intention</i> di Sahid Batam <i>Center Hotel</i> dan <i>Convention</i>	78
Tabel 55. Uji Regresi Linear Sederhana	79
Tabel 56. Koefisien Determinasi Regresi	79
Tabel 57. <i>Adjust R Square</i>	80

DAFTAR GAMBAR

Gambar 1. <i>Review Tamu Melalui Tiket.com</i>	5
Gambar 2. <i>Review Tamu Melalui Traveloka</i>	5
Gambar 3. <i>Review Tamu dari Tiket.com</i>	6
Gambar 4. Kerangka Konseptual	21
Gambar 5. Sahid Batam <i>Center Hotel dan Convention</i>	37
Gambar 6. Garis Kontinum Variabel <i>Customer Experience.....</i>	46
Gambar 7. Garis Kontinum Indikator <i>Sense Experience</i>	49
Gambar 8. Garis Kontinum Indikator <i>Feel Experience</i>	52
Gambar 9. Garis Kontinum Indikator <i>Think Experience</i>	54
Gambar 10. Garis Kontinum Indikator <i>Act Experience</i>	57
Gambar 11. Garis Kontinum Indikator <i>Relate Experience</i>	60
Gambar 12. Garis Kontinum Variabel <i>Revisit Intention.....</i>	63
Gambar 13. Garis Kontinum Indikator <i>Willingness to Visit Again.....</i>	66
Gambar 14. Garis Kontinum Indikator <i>Willingness to Invite</i>	69
Gambar 15. Garis Kontinum Indikator <i>Willingness to Positive Tale</i>	72
Gambar 16. Garis Kontinum Indikator <i>Willingness to Place The Visiting Destination in Priority</i>	75

BAB I

PENDAHULUAN

A. Latar Belakang

Pariwisata merupakan sektor yang potensial dan menjanjikan untuk dikembangkan sebagai salah satu pendapatan negara. Perkembangan ini memberikan manfaat kepada banyak pihak mulai dari pemerintah, masyarakat, maupun swasta. Pariwisata menurut UUD No. 10 Tahun 2009 adalah segala macam kegiatan wisata yang didukung dengan berbagai macam fasilitas yang disediakan oleh masyarakat, pengusaha, dan pemerintah. Pada dasarnya pariwisata merupakan perjalanan dengan tujuan untuk menghibur yang dilakukan diluar kegiatan sehari-hari yang dilakukan guna untuk memberikan keuntungan yang bersifat permanen atau sementara.

Industri pariwisata merupakan sumber pajak dan pendapatan, bahkan sektor pariwisata masuk dalam 3 besar penyumbang terbesar devisa untuk negara Indonesia. Perkembangan pariwisata dari tahun ke tahun yang terus mengalami peningkatan berpengaruh terhadap berbagai jenis akomodasi seperti hotel dan *resort*. Peran hotel dalam industri pariwisata sangat penting, hotel sebagai sarana akomodasi umum sangat membantu para wisatawan yang sedang berkunjung untuk berwisata dengan jasa penginapan yang disediakan oleh hotel.

Di era globalisasi seperti sekarang ini, perkembangan bisnis perhotelan terjadi dengan sangat pesat. Dengan meningkatnya jumlah hotel

yang ada di Indonesia maka menjadikan persaingan pasar yang ketat bagi industri perhotelan, karena setiap tamu dapat memilih sesuai dengan keinginan dan kriteria mereka masing-masing. Indonesia memiliki banyak pulau besar dan kecil, salah satunya adalah Kepulauan Riau. Kepulauan Riau merupakan salah satu provinsi di Pulau Sumatra. Provinsi Kepulauan Riau terdiri atas 5 Kabupaten dan 2 Kota yaitu Kabupaten Bintan, Kabupaten Karimun, Kabupaten Kepulauan Anambas, Kabupaten Lingga, Kabupaten Natuna, Kota Batam, dan Kota Tanjung Pinang.

Kota Batam merupakan daerah industri yang berkembang dengan sangat pesat, kota ini dijadikan sebagai destinasi wisata oleh wisatawan domestik maupun mancanegara. Kota Batam memiliki banyak jenis akomodasi seperti : *city hotel, business hotel, resort* dan hotel berbintang. Salah satu *city hotel* yang ada di pusat kota Batam adalah Sahid Batam *Center Hotel* dan *Convention* yang dijadikan oleh penulis sebagai objek penelitian ini. Semakin banyak hotel yang berdiri di Batam, khususnya daerah kota Batam dapat disimpulkan bahwa persaingan Sahid Batam *Center Hotel* dan *Convention* dalam industri bisnis perhotelan juga semakin ketat. Setiap hotel dituntut untuk selalu peka terhadap perubahan yang terjadi dan mampu menciptakan ide-ide baru yang berbeda dari hotel lainnya, sehingga dapat menarik lebih banyak tamu.

Sahid Batam *center hotel* dan *convention* merupakan hotel bintang (***) yang berada dipusat kota Batam. Hotel ini terdiri dari 143 kamar yang dilengkapi dengan *restaurant, bar, swimming poll, gym, dan 4 ballroom.*

Fasilitas hotel yang lengkap dan letak yang strategis menyebabkan hotel ini menjadi tujuan akomodasi dari berbagai pihak. Namun, seiring berjalannya waktu tingkat hunian kamar di Sahid Batam *Center Hotel* dan *Convention* mengalami ketidakstabilan, dapat dilihat dari tabel berikut :

Tabel 1. Perbandingan Persentase *Occupancy* Sahid Batam *Center Hotel* dan *Convention* dari Bulan September 2020 – Februari 2021 dan September 2021- Februari 2022

Bulan	Occupancy	Bulan	Occupancy
September 2020	23%	September 2021	26%
Oktober 2020	17%	Oktober 2021	38%
November 2020	37%	November 2021	40%
Desember 2020	43%	Desember 2021	88%
Januari 2021	16%	Januari 2022	25%
Februari 2021	32%	Februari 2022	45%

Sumber : Accounting Department Sahid Batam *Center Hotel* dan *Convention*

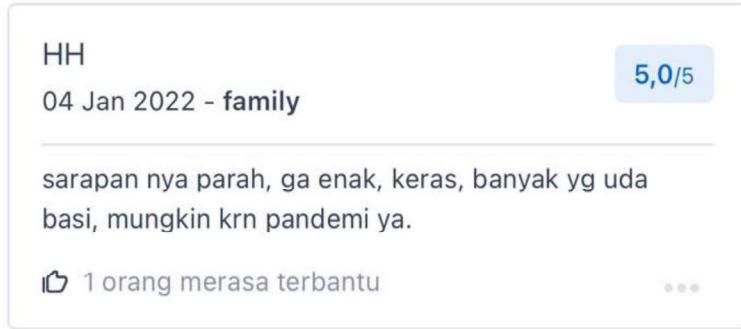
Berdasarkan data diatas, dapat dilihat bahwa *occupancy* dari tahun 2020 sampai 2022 pada bulan September-Februari di Sahid Batam *Center Hotel* dan *Convention* mengalami ketidakstabilan. Target *occupancy* di Sahid Batam *Center Hotel* dan *Convention* adalah 55%. Sedangkan pada tahun 2020 sampai 2022 di Bulan September-Februari hanya pada bulan Desember 2021 yang mencapai target *occupancy* yaitu sebanyak 88%. Berdasarkan hal tersebut dapat diperkirakan *revisit intention* juga akan ikut terpengaruh. Berikut ini merupakan data *revisit intention* pada tahun 2021 di Sahid Batam *Center Hotel* dan *Convention* :

Tabel 2. Jumlah Revisit Intention Sahid Batam Center Hotel dan Convention Tahun 2021

No	Bulan	Jumlah Room	Jumlah Kamar Sold	%
1	Januari	29	715	4,1
2	Februari	30	1.291	2,3
3	Maret	25	827	3
4	April	36	680	5,2
5	Mei	39	1.347	2,9
6	Juni	41	1.630	2,5
7	Juli	36	907	3,9
8	Agustus	40	1.047	3,8
9	September	47	1.123	4,2
10	Oktober	39	1.696	2,3
11	November	53	1.728	3,1
12	Desember	65	3.928	1,7

Sumber : Front Office Sahid Batam Center Hotel dan Convention, 2022

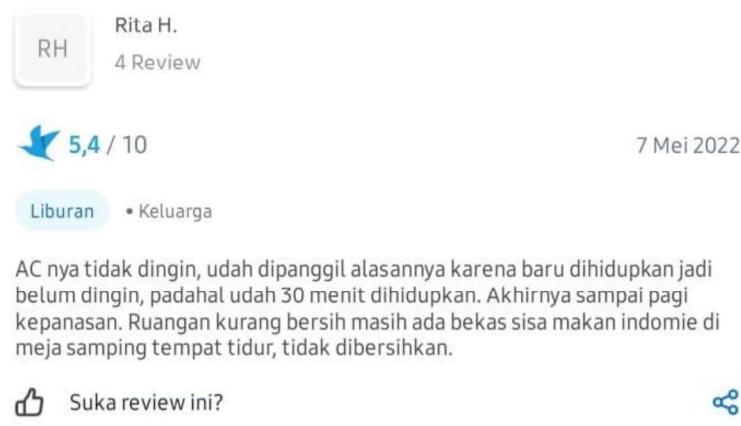
Dari tabel diatas dapat dilihat bahwa *revisit intention* selama tahun 2021 masih rendah, tidak tercapai angka 10% yang melakukan *revisit intention*. Hal ini dapat disebabkan oleh berbagai faktor, diduga salah satunya adalah *customer experience*. *Customer experience* yang bersifat negatif akan mempengaruhi tingkat hunian kamar yang akan menimbulkan penurunan *revisit intention*. Berdasarkan prapenelitian yang dilakukan penulis, ditemukan beberapa permasalahan terkait *revisit intention* yang berkaitan dengan *customer experience* yaitu sebagai berikut :



Gambar 1. *Review* tamu melalui tiket.com

Sumber : Tiket.com, 2022

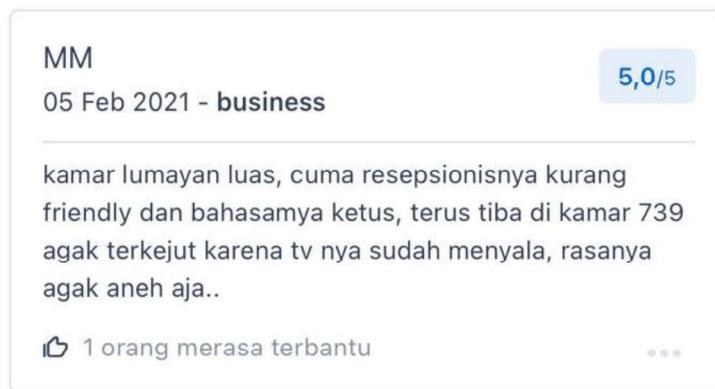
Gambar diatas merupakan salah satu *review* dari tamu yang bersifat negatif, dimana *review* ini berasal dari *customer experience* yang dialami tamu pada saat tamu melakukan penginapan di Sahid Batam *Center Hotel* dan *Convention*. Dari *review* ini kita dapat melihat bahwa pengalaman dari tamu tersebut kurang menyenangkan dan kemudian membagi pengalaman ini kepada orang lain. Hal ini akan menyebabkan *revisit intention* dari tamu itu sendiri dan tamu lainnya menjadi berkurang.



Gambar 2. *Review* tamu melalui traveloka

Sumber : Traveloka, 2022

Gambar diatas merupakan contoh dari *customer experience* yang dituangkan dalam bentuk *review* melalui traveloka, dimana *review* ini bersifat negatif dan memiliki kemungkinan untuk mempengaruhi *revisit intention* dari tamu tersebut maupun tamu lainnya. Dari *review* diatas kita dapat melihat bahwa tamu tersebut mempermasalahkan mengenai kebersihan hotel Sahid Batam *Center* dan membagikan pengalaman ini kepada orang lain.



Gambar 3. *Review* tamu dari tiket.com

Sumber : Tiket.com, 2021

Gambar tersebut merupakan salah satu hasil dari *customer experience* yang dijadikan *review* di dalam suatu situs *web*. Dari *review* ini dapat dilihat bahwa pengalaman tamu saat menginap di Sahid Batam *Center* Hotel dan *Convention* kurang menyenangkan, dimana pelayanan yang diberikan oleh *receptionist* tidak sesuai dengan prosedur dan kemudian membagikan pengalamannya kepada orang lain. Selain itu *review* diatas juga menyatakan bahwa kamar yang disediakan lumayan luas, sehingga hal ini memungkinkan adanya *revisit intention* dari tamu tersebut dimasa yang akan datang.

Dari beberapa *review* diatas kebanyakan tamu mendapatkan pengalaman yang kurang baik selama menginap di Sahid Batam *Center Hotel* dan *Convention*, tetapi ada juga tamu yang memiliki pengalaman yang baik sehingga memungkinkan adanya *revisit intention*. Hal ini dibuktikan dengan adanya wawancara yang dilakukan oleh penulis dengan beberapa tamu yang pernah menginap di Sahid Batam *Center Hotel* dan *Convention*. Hasil dari wawancara ini menunjukkan bahwa tamu yang ingin melakukan *revisit intention* lebih banyak dari pada yang tidak ingin melakukan *revisit intention*, dapat dilihat dari tabel berikut :

Tabel 3. Wawancara yang di Lakukan dengan Tamu yang Pernah Menginap di Sahid Batam *Center Hotel* dan *Convention*

Nama	Usia	Hasil Wawancara
FE	26 tahun	Memiliki niat untuk melakukan revisit intention karena harga terjangkau dan fasilitas yang lengkap
HH	21 tahun	Memiliki niat untuk melakukan revisit intention karena harga yang murah dan dekat dengan pusat perbelanjaan
DT	35 tahun	Memiliki niat untuk melakukan revisit intention karena dekat dengan kantor BP Batam yang merupakan mitra bisnis dari bapak Dodi
A	35 tahun	Tidak memiliki niat untuk melakukan revisit intention karena pelayanan dari reseptionist yang kurang cekatan dan tidak ramah
RE	42 tahun	Tidak memiliki niat untuk melakukan revisit intention karena kamar yang ditempati kurang bersih dan pelayanan waiter saat breakfast yang tidak sesuai dengan standart perhotelan
MI	22 tahun	Tidak memiliki niat untuk melakukan revisit intention karena toilet yang digunakan tamu selama menginap kurang bersih
WR	25 tahun	Tidak memiliki niat untuk melakukan revisit intention karena AC yang digunakan saat menginap kurang dingin
JA	40 tahun	Tidak memiliki niat untuk melakukan revisit intention karena pelayanan dari karyawan kurang ramah
N	46 tahun	Tidak memiliki niat untuk melakukan revisit intention karena sauna yang tidak bisa digunakan saat tamu menginap

Sumber : Data Pribadi, 2022

Berdasarkan tabel diatas dapat dilihat bahwa terdapat 3 dari 9 tamu yang memiliki keinginan untuk melakukakn *revisit intention* di Sahid Batam Center Hotel dan *Convention*, sedangkan 6 tamu lainnya tidak ingin melakukan *revisit intention* dikarenakan alasan tersendiri dari masing-masing tamu. Berdasarkan *review* dan wawancara yang dilakukan penulis pada prapenelitian, tamu lebih dominan ke tidak memiliki niat untuk melakukan *revisit intention* pada masa yang akan datang. Jadi *customer experience* yang baik, akan menyebabkan *revisit intention* menjadi baik. Oleh sebab itu pihak hotel harus memperhatikan *customer experience* yang baik agar meningkatkan *revisit intention*. Dari penjelasan tersebut maka penulis tertarik meneliti tentang “Pengaruh *Customer Experience* Terhadap *Revisit Intention* di Sahid Batam Center Hotel dan *Convention*”.

B. Identifikasi Masalah

Dari latar belakang diatas, maka identifikasi masalah yang akan diteliti adalah :

1. Tidak tercapainya *revisit intention*
2. Tamu memiliki pengalaman yang negatif terhadap fasilitas hotel yang kurang baik
3. Tamu memiliki pengalaman yang negatif terhadap rasa makanan yang disediakan saat *breakfast*
4. Tamu memiliki pengalaman yang kurang baik terhadap kebersihan hotel

5. Tamu memiliki pengalaman yang kurang baik karena pelayanan yang diberikan oleh *receptionist* tidak sesuai prosedur

C. Batasan Masalah

Berdasarkan latar belakang dan rumusan masalah diatas, penulis membatasi masalah ini pada variabel *customer experience* (X) dan *revisit intention* (Y).

D. Rumusan Masalah

Berdasarkan pada batasan masalah diatas, maka rumusan masalah yang akan diteliti oleh penulis adalah :

1. Bagaimana *customer experience* di Sahid Batam *Center Hotel* dan *Convention*?
2. Bagaimana *revisit intention* di Sahid Batam *Center Hotel* dan *Convention*?
3. Bagaimana pengaruh *customer experience* terhadap *revisit intention* di Sahid Batam *Center Hotel* dan *Convention*?

E. Tujuan Penelitian

a. Tujuan Umum

Tujuan umum dari penelitian ini adalah mengetahui pengaruh dari *customer experience* terhadap *revisit intention* di Sahid Batam *Center Hotel* dan *Convention*.

b. Tujuan Khusus

Adapun tujuan khusus dari penelitian ini adalah sebagai berikut :

1. Untuk mendeskripsikan *customer experience* di Sahid Batam *Center Hotel* dan *Convention*

2. Untuk mendeskripsikan *revisit intention* di Sahid Batam *Center Hotel* dan *Convention*
3. Untuk mendeskripsikan dan menganalisis pengaruh dari customer *experience* terhadap *revisit intention* di Sahid Batam *Center Hotel* dan *Convention*

F. Manfaat Penelitian

a. Bagi Perusahaan

Hasil penelitian ini diharapkan sebagai gambaran untuk mengevaluasi bagaimana pengaruh dari *costumer experience* terhadap *revisit intention* di Sahid Batam *Center Hotel* dan *Convention*.

b. Bagi Departemen Pariwisata dan Perhotelan Universitas Negeri Padang

Menambah dan memperkaya penelitian di Universitas Negeri Padang, khususnya bagi Jurusan Pariwisata Program Studi D4 Manajemen Perhotelan tentang pengaruh *customer experience* terhadap *revisit intention*.

c. Bagi Penulis Lainnya

Hasil dari penelitian ini dapat dimanfaatkan sebagai bahan bacaan dan sarana penambah pengetahuan bagi pihak-pihak yang membutuhkan khususnya mahasiswa manajemen perhotelan.

d. Bagi Penulis

Sebagai syarat khusus untuk memperoleh gelar akademik Sarjana Sain Terapan dan dapat mengetahui permasalahan-permasalahan yang ada berdasarkan teori yang telah dipelajari selama masa perkuliahan.