

**PENGARUH *CUSTOMER EXPERIENCE* DAN
VARIASI MENU *BREAKFAST* TERHADAP *REPURCHASE INTENTION*
TAMU DI TRUNTUM HOTEL PADANG**

SKRIPSI

*Diajukan untuk memenuhi sebagai salah satu persyaratan guna memperoleh
Gelar Sarjana Sains Terapan (S.ST)*



Oleh :

**FERISKA MULYANI
NIM 2019/19135188**

**PROGRAM STUDI D4 MANAJEMEN PERHOTELAN
DEPARTEMEN PARIWISATA DAN PERHOTELAN
FAKULTAS PARIWISATA DAN PERHOTELAN
UNIVERSITAS NEGERI PADANG
2023**

HALAMAN PERSETUJUAN SKRIPSI

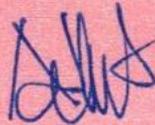
**PENGARUH *CUSTOMER EXPERIENCE* DAN VARIASI MENU
BREAKFAST TERHADAP *REPURCHASE INTENTION* TAMU DI
TRUNTUM HOTEL PADANG**

Nama : FERISKA MULYANI
NIM/BP : 19135188/2019
Program Studi : D4 Manajemen Perhotelan
Departemen : Pariwisata
Fakultas : Pariwisata dan Perhotelan

Padang, Agustus 2023

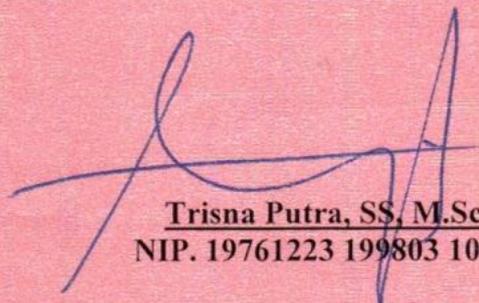
Disetujui Oleh:

Pembimbing



Nidia Wulansari, S.E, M.M
NIP. 199111192019032018

Kepala Departemen Pariwisata FPP UNP



Trisna Putra, SS, M.Sc
NIP. 19761223 199803 1001

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

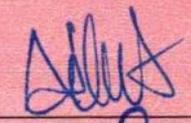
Judul : Pengaruh *Customer Experience* dan Variasi Menu *Breakfast* Terhadap *Repurchase Intention* Tamu di Truntum Hotel Padang
Nama : Feriska Mulyani
NIM/BP : 19135188/2019
Program Studi : D4 Manajemen Perhotelan
Departemen : Pariwisata
Fakultas : Pariwisata dan Perhotelan

Padang, Agustus 2023

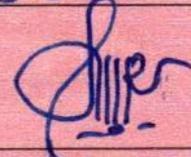
Nama

Tanda Tangan

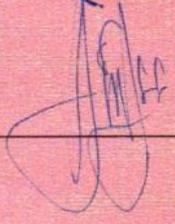
1. Ketua : Nidia Wulansari, S.E, M.M

1. 

2. Anggota : Lise Asnur, S.Pd, M.Pd

2. 

3. Anggota : Adek Kurnia Fiza, S.ST. Par, M.Par

3. 



KEMENTERIAN PENDIDIKAN, KEBUDAYAAN, RISET, DAN TEKNOLOGI
UNIVERSITAS NEGERI PADANG
FAKULTAS PARIWISATA DAN PERHOTELAN
DEPARTEMEN PARIWISATA
Jl. Prof. Dr. Hamka Kampus UNP Air Tawar Padang 25131
Telp. (0751) 7051186
Email : pariwisata@fpp.unp.ac.id
Laman : <http://pariwisata.fpp.unp.ac.id>

SURAT PERNYATAAN TIDAK PLAGIAT

Saya yang bertanda tangan di bawah ini

Nama : Feriska Mulyani
NIM/TM : 19135188 / 2019
Program Studi : D4 Manajemen Perhotelan
Departemen : Pariwisata
Fakultas : Pariwisata dan Perhotelan

Dengan ini menyatakan bahwa skripsi saya yang berjudul,

“Pengaruh *Customer Experience* dan Variasi Menu *Breakfast* Terhadap *Repurchase Intention* Tamu di Truntum Hotel Padang” 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,

Kepala Departemen Pariwisata


Trisna Putra, SS/ M.Sc
NIP. 19761223 199803 1001

Saya yang menyatakan,


Feriska Mulyani
NIM. 19135188

ABSTRAK

Feriska Mulyani. 2023. Pengaruh *Customer Experience* dan Variasi Menu *Breakfast* Terhadap *Repurchase Intention* Tamu di Truntum Hotel Padang

Penelitian ini dilatarbelakangi fenomena *repurchase intention* tamu diduga karena *customer experience* dan variasi menu *breakfast*. Penelitian ini bertujuan untuk Menganalisis pengaruh *customer experience* dan variasi menu *breakfast* terhadap *repurchase intention* tamu di Truntum Hotel Padang.

Jenis penelitian yang digunakan dalam penelitian ini adalah penelitian deskriptif kuantitatif dengan pendekatan asosiatif kausal. Populasi pada penelitian ini adalah tamu yang menginap di Truntum Hotel Padang dengan sampel 100 orang. Dalam menentukan pengambilan sampel memakai teknik *purposive sampling*, Instrumen yang digunakan dalam penelitian ini adalah kuesioner (angket) yang disusun menurut skala *likert*.

Data dianalisis dengan menggunakan SPSS versi 26.00 dan hasil analisis tersebut disajikan dalam bentuk tabel. Hasil penelitian adalah *customer experience* pada Truntum Hotel Padang adalah 3,85 dengan kriteria baik, variasi menu *breakfast* pada Truntum Hotel Padang adalah 3,84 dengan kriteria baik dan *repurchase intention* adalah 3,86 dengan kriteria baik. Uji regresi linear berganda dengan uji T pada variabel *customer experience* dan variasi menu *breakfast* berpengaruh terhadap variabel *repurchase intention* tamu di Truntum Hotel Padang. Nilai uji F variabel *customer experience* dan variasi menu *breakfast* berpengaruh secara simultan terhadap *repurchase intention* tamu di Truntum Hotel Padang. Nilai *Adj. R square* sebesar 0,895 artinya variabel *customer experience* (X1) dan variabel variasi menu *breakfast* (X2) terhadap *repurchase intention* (Y) adalah sebesar 89,5% sedangkan sisanya 10,5% dipengaruhi oleh faktor-faktor lainnya.

Kata Kunci: *Customer Experience, Variasi Menu Breakfast, Repurchase Intention*

KATA PENGANTAR

Puji Syukur kehadiran Allah SWT yang telah melimpahkan rahmat dan Bimbingan-Nya sehingga peneliti dapat menyelesaikan skripsi yang berjudul **“Pengaruh *Customer Experience* dan Variasi Menu *Breakfast* Terhadap *Repurchase Intention* Tamu di Truntum Hotel Padang”** tepat pada waktunya

Dalam penyusunan skripsi ini, peneliti menyadari sepenuhnya bahwa selesainya skripsi ini tidak terlepas dari dukungan, semangat, serta bimbingan dari berbagai pihak. Untuk itu peneliti menyampaikan ucapan terima kasih kepada:

1. Ibu Prof Dra. Asmar Yulastriati, M.Pd., Ph.D, selaku Dekan Fakultas Pariwisata dan Perhotelan Universitas Negeri Padang.
2. Bapak Trisna Putra, SS., M.Sc selaku Kepala Departemen Fakultas Pariwisata dan Perhotelan Universitas Negeri Padang.
3. Ibu Nidia Wulansari, S.E, M.M selaku dosen penasehat akademik dan pembimbing skripsi yang banyak memberikan motivasi, saran, arahan serta bimbingan.
4. Ibu Lise Asnur, M.Pd selaku dosen penguji 1 yang telah meluangkan waktunya untuk menguji dan memberi saran yang membangun.
5. Bapak Adek Kurnia Fiza, S.ST. Par, M.Par selaku dosen penguji 2 yang telah meluangkan waktunya untuk menguji dan memberi saran yang membangun.
6. Pihak Truntum Hotel Padang yang telah mengizinkan penelitian dan memberikan data.
7. Kedua orang tua, Papa dan Mama selalu memberikan dukungan, motivasi serta selalu mendoakan peneliti.

Padang, 21 Agustus 2023

Peneliti

DAFTAR ISI

	Hal
ABSTRAK	i
KATA PENGANTAR	ii
DAFTAR ISI	iii
DAFTAR TABEL	v
DAFTAR GAMBAR	vii
DAFTAR LAMPIRAN	viii
BAB I PENDAHULUAN	
A. Latar Belakang.....	1
B. Identifikasi Masalah.....	12
C. Batasan Masalah	12
D. Rumusan Masalah.....	13
E. Tujuan Penelitian	13
F. Manfaat Penelitian	14
BAB II KAJIAN TEORI	
A. Aspek-aspek Teoritis.....	16
1. <i>Repurchase Intention</i>	16
2. <i>Customer Experience</i>	19
3. Variasi Menu.....	22
B. Kerangka Konseptual.....	23
C. Hipotesis.....	25
BAB III METODE PENELITIAN	
A. Jenis Penelitian	26
B. Tempat dan Waktu Penelitian	26
C. Variabel Penelitian.....	26
D. Definisi Operasional Variabel	26
E. Populasi dan Sampel	28
F. Jenis Data dan Teknik Pengumpulan Data.....	29
G. Instrumen Penelitian	30

H. Uji Coba Instrumen Penelitian	34
I. Teknik Analisis Data.....	37
J. Uji Persyaratan Analisis	38
K. Pengujian Hipotesis	40
BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN	
A. Hasil Penelitian.....	43
1. Deskripsi Karakteristik Responden.....	43
2. Deskripsi Data Variabel	46
3. Pengujian Persyaratan Analisis.....	62
4. Uji Hipotesis	64
B. Pembahasan	67
BAB V KESIMPULAN DAN SARAN	
A. Kesimpulan.....	75
B. Saran.....	76
DAFTAR PUSTAKA.....	78
LAMPIRAN	80

DAFTAR TABEL

Tabel	Hal
1. Tingkat Hunian Kamar Truntum Hotel Padang Januari-Juli 2022.....	2
2. Daftar Hotel Bintang 4 di Kota Padang 2023	5
3. Hasil Wawancara Dari <i>Customer Experience</i> di Truntum Hotel Padang.	9
4. Menu <i>Breakfast</i> Truntum Hotel Padang dan Pangeran Beach Hotel Padang.....	11
5. Pilihan Jawaban Skala Likert pada Variabel.....	31
6. Kisi-Kisi Instrumen Penelitian	31
7. Validasi Variabel X1, X2 dan Y.....	35
8. Reabilitas Variabel X1	36
9. Reabilitas Variabel X2.....	36
10. Reabilitas Variabel Y	37
11. Batas Interval dan Kategori Pilihan	38
12. Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis Kelamin	44
13. Karakteristik Responden Berdasarkan Umur	44
14. Karakteristik Responden Berdasarkan Frekuensi Berkunjung.....	45
15. Karakteristik Responden Berdasarkan Pekerjaan.....	45
16. Deskripsi Data Variabel <i>Customer Experience</i>	46
17. Deskripsi Data Indikator <i>Sensory Experience</i>	47
18. Deskripsi Data Indikator <i>Emotional Experience</i>	48
19. Deskripsi Data Indikator <i>Social Experience</i>	49
20. Deskripsi Data Variabel Variasi Menu <i>Breakfast</i>	50
21. Deskripsi Data Indikator Jenis Makanan	51
22. Deskripsi Data Indikator Jenis Minuman.....	52
23. Deskripsi Data Indikator Rasa Makanan	52
24. Deskripsi Data Indikator Rasa Minuman.....	54
25. Deskripsi Data Indikator Ukuran Porsi Makanan.....	55

26. Deskripsi Data Indikator Ukuran Porsi Minuman.....	56
27. Deskripsi Data Variabel Repurchase Intention	57
28. Deskripsi Data Indikator Minat Transaksional	58
29. Deskripsi Data Indikator Minat Referensial.....	59
30. Deskripsi Data Indikator Minat Preferensial.....	60
31. Deskripsi Data Indikator Minat Eksploratif.....	61
32. Hasil Uji Normalitas <i>One-Sample Kolmogorov-Smirnov Test</i>	62
33. Hasil Uji Multikolinearitas.....	63
34. Hasil Uji Heteroskedastisitas.....	64
35. Hasil Regresi Linear Berganda Uji t.....	65
36. Hasil Uji Regresi Linear Berganda Uji F.....	66
37. <i>R Square</i>	67

DAFTAR GAMBAR

Gambar	Hal
1. Review Konsumen 1	7
2. Review Konsumen 2	8
3. Review Konsumen 3	8
4. Review Konsumen 4	10
5. Kerangka Konseptual.....	24

DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran	Hal
1. Surat Tugas Pembimbing	80
2. Surat Izin Penelitian.....	81
3. Surat Balasan Truntum Hotel Padang.....	82
4. Lembaran Kuesioner	83
5. Tabulasi Data Uji Coba.....	90
6. Hasil Uji Validitas dan <i>Reliabilitas</i>	94
7. Validitas Y <i>Repurchase Intention</i>	104
8. Tabulasi Data <i>Customer Experience X1</i>	107
9. Dokumentasi Penelitian	117

BAB I

PENDAHULUAN

A. Latar Belakang

Pariwisata merupakan industri terbesar karena perkembangannya cukup besar dan terus meningkat setiap tahunnya. Menurut Prayogo (2018) Pariwisata secara sederhana dapat diartikan sebagai perjalanan seseorang atau sekelompok orang dari satu tempat ke tempat yang lain, membuat rencana untuk waktu yang tidak ditentukan, untuk tujuan rekreasi dan untuk mendapatkan hiburan dalam rangka memenuhi keinginan mereka. Dengan demikian pariwisata cukup erat kaitannya dengan hotel. setiap yang melakukan perjalanan jauh dengan waktu yang lama pasti membutuhkan penginapan.

Hotel merupakan sarana akomodasi yang banyak digunakan tamu baik tamu wisata maupun bisnis sebagai tempat menginap sekaligus menyediakan pelayanan makanan, minuman, serta fasilitas lainnya yang dibutuhkan oleh tamu menginap. Menurut Chair dan Pramudia (2017), Hotel adalah sebuah usaha bisnis akomodasi yang menyediakan fasilitas penginapan bagi publik atau umum dan dilengkapi satu atau lebih layanan makanan dan minuman, jasa *attendant room*, layanan berseragam, pencucian linen dan penggunaan furniture dan perlengkapan serta memenuhi ketentuan persyaratan yang ditetapkan di dalam keputusan pemerintah. Semakin tinggi wisatawan yang berkunjung ke kota Padang maka semakin banyak yang membutuhkan tempat penginapan yang akan menyebabkan semakin berkembangnya industry perhotelan di kota Padang sehingga mendorong terjadinya persaingan antara

hotel-hotel di kota Padang. Persaingan tersebut dilakukan dengan cara memberikan kualitas dan pelayanan sebaik mungkin untuk memuaskan pelanggan sehingga bisa membuat tamu memilih hotel tersebut dan melakukan *repurchase intention*.

Repurchase Intention timbul karena konsumen merasa puas terhadap apa yang mereka terima baik itu berupa produk atau jasa dan jika *repurchase intention* meningkat dapat memberikan keuntungan untuk hotel. Menurut Yulisetiarni, dkk. (2017) bahwa *Repurchase Intention* adalah preferensi pelanggan terhadap produk yang mengakibatkan kecenderungan terhadap perilaku pembelian kembali pelanggan pada periode waktu tertentu. *Repurchase Intention* sangat penting dipertahankan agar mendatangkan keuntungan bagi perusahaan, jika tamu mendapatkan pengalaman yang positif maka tamu akan berkunjung kembali sehingga *occupancy* hotel akan meningkat dan mendatangkan *revenue* untuk hotel. Namun pada kenyataannya *occupancy* di Truntum Hotel Padang belum mengalami peningkatan yang stabil disetiap bulannya dapat dilihat jumlah tingkat hunian kamar seperti tabel dibawah ini :

**Tabel 1. Tingkat Hunian Kamar Truntum Hotel Padang
Periode Januari-Juli 2022**

Tahun	Bulan	Room Sold	Occupancy	Pertumbuhan
2022	Januari	2,716	52,15	-
	Februari	2,460	52,29	14
	Maret	3,491	67,03	14,74
	April	1,181	23,43	-43,6
	Mei	4,103	78,78	55,35
	Juni	2,315	45,93	-32,85
	Juli	3,712	71,27	25,34
Total		19,978		
Rata-rata		2,845		

Sumber: Front Office Truntum Hotel Padang, 2022

Dari tabel diatas dapat dilihat bahwa tingkat hunian kamar di Truntum Hotel Padang setiap bulannya masih belum stabil dan pada beberapa bulan sedikit peningkatan dan masih ada penurunannya, pada bulan Maret ke April tingkan hunian kamar mengalami penurunan yang jauh dari sebelumnya, dan bulan Mei ke Juni juga mengalami penurunan, dan kemudian pada bulan yang lainnya hanya sedikit mengalami peningkatan dari bulan sebelumnya. Hal ini yang menjadikan masalah bagi hotel karena tidak mampu untuk mempertahankan tamu yang telah menginap untuk dapat kembali lagi melakukan pembelian.

Menurut Penelitian yang dilakukan oleh Holil Pujiyati dan Putu Sukaatmadja, (2016) Faktor-faktor yang mempengaruhi *Repurchase Intention* menunjukkan bahwa *service quality* berpengaruh positif dan signifikan terhadap *customer experience*. Hasil ini berarti, semakin baik *service quality* atau kualitas pelayanan yang diberikan kepada konsumen dalam melakukan kunjungan maka semakin meningkat *customer experience* atau pengalaman yang dirasakan konsumen tersebut. Begitu juga sebaliknya *customer experience* secara positif dan signifikan memediasi pengaruh *service quality* terhadap *repurchase intention*. Hasil ini berarti, Kualitas layanan sebelumnya yang akan menimbulkan pengalaman pada konsumen. Jadi, dapat saya simpulkan beberapa faktor pengaruh *repurchase intention* yaitu *service quality*, *customer satisfaction* dan *customer experience*.

Customer Experience merupakan salah satu factor penting untuk meningkatkan *repurchase intention*. Menurut Chen, S.-C, & Lin, C.-P. (2014)

customer experience adalah sebagai pengakuan kognitif atau persepsi menstimulasi motivasi pelanggan. Pengakuan atau persepsi tersebut dapat meningkatkan nilai produk dan jasa. *Customer experience* merupakan hasil interaksi konsumen dengan perusahaan secara fisik dan emosional. Hasil interaksi ini dapat membekas di benak konsumen dan mempengaruhi penilaian konsumen terhadap perusahaan.

Selain dari *customer experience* variasi menu *breakfast* juga berpengaruh dalam *repurchase intention* tamu. Variasi menu merupakan salah satu faktor yang dapat mempengaruhi kepuasan konsumen. Setiap konsumen memiliki selera makan yang berbeda-beda. Jika hotel menyediakan menu yang beraneka ragam atau lebih bervariasi akan lebih mudah untuk menarik konsumen. Menurut Angriani, 2015 Variasi Menu adalah susunan golongan makanan yang terdapat dalam suatu hidangan yang berbeda pada tiap kali penyajiannya. Pilihan Menu yang beragam dikatakan lengkap jika jenis dan ketersediaan makanan dan minuman sudah memenuhi keinginan dan harapan tamu, sehingga dapat menarik perhatian dan memudahkan tamu untuk memilih berbagai macam menu sesuai keinginan mereka.

Kota Padang merupakan ibu kota Provinsi Sumatera Barat yang mana industri perhotelan yang saat ini berkembang dengan pesat mulai dari hotel melati sampai hotel bintang 4. Berikut nama-nama hotel bintang 4 di Kota Padang sebagai berikut :

Tabel 2. Daftar Hotel Bintang 4 di Kota Padang 2023

Nama Hotel	Lokasi	Pengelola	Keterangan
The Axana Hotel	Jl. Bundo Kandung No. 14-16 Padang	Ambacang Group	Sebelumnya bernama Ambacang (***)
Truntum Hotel Padang	Jl. Gereja No. 34 Padang	Hotel Indonesia Group	Sebelumnya bernama Grand Inna Padang
Grand Zuri Hotel	Jl. MH. Thamrin No. 27	Grand Zuri Group	
Imelda Hotel	Jl. Intan No. 12		
Kyriad Hotel Bumiminang	Jl. Bundo Kandung No. 20-28 Padang	Louvre Hotel Group	Hotel bintang 4 pertama di Padang
Hotel Mercure	Jl. Purus IV No. 8	Accor Hotel Group	
Hotel Pangeran Beach	Jl. Ir. H. Juanda No. 79	Hotel Pangeran	
Premier Basko Hotel	Jl. Prof. Dr. Hamka No.2 A	Basko Minang Plaza	
Rocky Plaza Hotel	Jl. Permindo No. 40	Rocky Hotel Group	
Santika Premier Hotel	Jl, Ahmad Yani No.20	Santika Hotel Indonesia and Resorts	Hotel baru di Padang, 2021

Sumber : https://id.wikipedia.org/wiki/Daftar_hotel_di_Kota_Padang

Berdasarkan data yang terdapat pada tabel 2, dapat dilihat bahwa Truntum Hotel Padang adalah salah satu hotel bintang 4 di Kota Padang. Hotel ini merupakan salah satu hotel BUMN yang baru saja berganti nama pada 8 April 2021, dimana yang dulunya bernama Grand Inna Hotel Padang berganti menjadi Truntum hotel Padang yang artinya “*Truntum menjadi sebuah simbol cinta kasih yang tulus tanpa syarat, abadi, dan semakin lama semakin subur. Truntum tampil lebih segar, modern, profesional dan kaya*

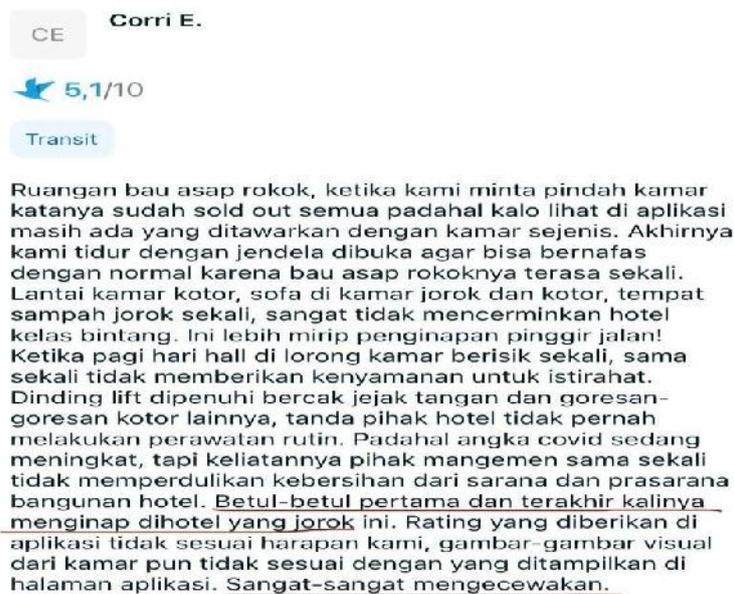
akan nuansa Indonesia.” Truntum Padang mencerminkan identitas serta semangat baru yang akan menjadi tahapan dan tonggak baru manajemen dalam menyambut perjalanan dan tantangan bisnis ke depannya.

Truntum Hotel Padang terletak dilokasi strategis, tepatnya berada di Padang Barat, Jl Gereja No.34, Lokasinya dipusat kota, dekat dengan pantai dan dapat ditempuh dengan jarak 30 menit menuju Bandara Internasional Minangkabau. Dengan nama baru Truntum Hotel Padang juga tampil baru dengan logo dan tampilan warna yang di *upgrade*, dengan menambahkan beberapa motif batik dibagian lobby utama yang membuat kesan pertama tamu datang langsung dimanjakan dengan desain nuansa budaya Indonesia yang mewah dan indah.

Dalam menjalankan bisnis Truntum Hotel Padang tentu mempunyai banyak pesaing dari hotel bintang empat (****) di Kota Padang, untuk menghadapi pesaing tersebut Truntum Hotel Padang harus mampu mengeluarkan dan mencetak ide-ide yang kreatif agar produk yang ditawarkan tidak ketinggalan dan mampu bersaing dengan produk hotel bintang empat lainnya di kota Padang sehingga konsumen tertarik untuk berkunjung ke Truntum Hotel Padang dan akan timbul keinginan dari diri konsumen untuk membeli ulang produk atau jasa yang sama.

Berdasarkan observasi prapenelitian pada 26 februari – 1 maret 2023 penulis melakukan wawancara kepada 10 orang tamu yang pernah menginap di Truntum Hotel Padang, Dimana 7/10 tamu tidak berminat untuk berkunjung kembali karena fasilitas dan pelayanan yang kurang memuaskan.

Kemudian penulis juga mendapat permasalahan terkait *repurchase intention* yang disampaikan tamu melalui Traveloka/Google Review, berikut beberapa permasalahan yang penulis temukan ditinjau dari beberapa indikator berikut ini :

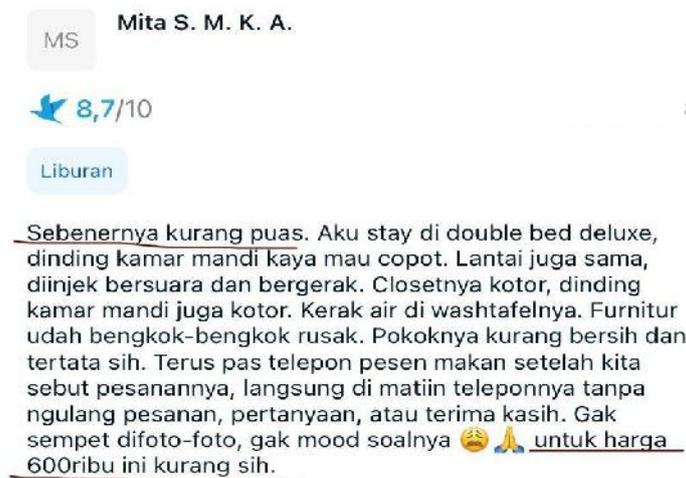


Gambar 1 Review Konsumen 1

Sumber. www.Traveloka.com diakses tgl 01/03/23

Dari keluhan diatas dilihat dari indikator *repurchase intention* salah satunya adalah minat transaksional dimana tamu tersebut mengatakan “Betul-betul pertama dan terakhir kalinya menginap di hotel yang jorok ini”. Dapat dikatakan bahwa tamu tersebut tidak akan membeli ulang produk yang telah ia konsumsi lagi.

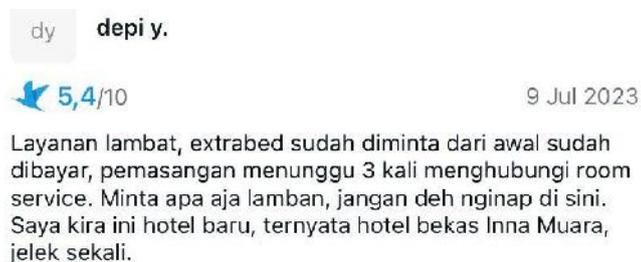
Kemudian masalah ke 2 indikator *repurchase intention* yaitu minat referensial dimana tamu tidak merekomendasikan hotel ini karena kondisi kamar dan kamar mandinya tidak sesuai harga.



Gambar 2 Review Konsumen 2

Sumber. www.Traveloka.com diakses tgl 29/05/23

Selanjutnya masalah yang ke 3 indikator *repurchase intention* yaitu minat preferensial, dimana tamu menggambarkan perilaku karyawan Truntum Hotel Padang saat tamu menginap dengan memberikan pelayanan kepada tamu yang tidak profesional dan juga tidak ramah.



Gambar 3 Review Konsumen 3

Sumber. www.Traveloka.com diakses tgl 01/03/23

Kemudian penulis juga melakukan observasi prapenelitian dengan mewawancarai 10 orang tamu yang pernah menginap di Truntum Hotel Padang, berikut hasil wawancara kepada 10 orang tamu, Dimana hasil yang ditemukan berkaitan dengan indikator *Customer Experience* :

Tabel 3. Hasil Wawancara Dari *Customer Experience* Tamu di Truntum Hotel Padang

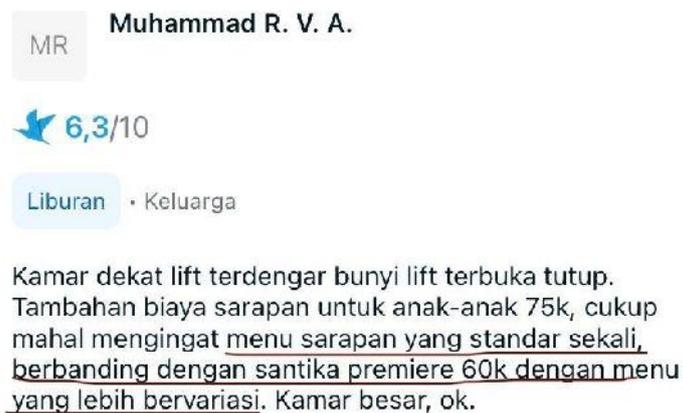
No	Indikator	<i>Guest Comment</i>
1.	<i>Sensory Experience</i> (Penglihatan)	Tidak <i>worth it</i> untuk sekelas bintang empat dengan kondisi kamar seperti ini, warna cat kamar kusam, lantai kamar mandi kotor banyak rambutnya, kloset mampet, tamu juga mengatakan <u>tidak akan balik lagi.</u>
2.	<i>Emotional Experience</i> (Skill)	Jam 15.10 kamar masih belum ready, sedangkan tamu sudah reservasi dari beberapa hari sebelumnya.
3.	<i>Emotional Experience</i> (Attitude)	Kualitas pelayanannya sangat buruk, <i>Receptionis</i> yang tidak ramah, bahkan saya bertanya pun jawab seadanya, ngomong matanya tidak melihat ke saya sangat tidak sopan, <u>tidak mau nginap disini lagi.</u>
4.	<i>Sensory Experience</i> (Skill)	<i>Receptionist</i> kurang handal, terlalu lama melayani tamu yang sudah antri, sehingga banyak tamu yang sudah lama menunggu.
5	<i>Sensory Experience</i> (Penglihatan,Rasa)	Kunci kamar rusak, AC mati, sprej seperti berpasir (kotor), lampu mati. dan <u>tamu mengatakan <i>next</i> mending hotel lain.</u>
6.	<i>Emotional Experience</i> (Skill)	<i>Receptionis</i> menjelaskan informasi berbelit-belit, susah untuk dipahami.
7.	<i>Sosial Experience</i> (Responsif)	Saya berharap mendapat pelayanan yang memuaskan, tapi sayangnya staff hotel kurang ramah,tidak ada yang membantu membawakan barang, bahkan setelah <i>complain</i> ke <i>Front Office</i> juga tidak ditanggapi, sangat mengecewakan, <u>ga mau kesini lagi.</u>
8.	<i>Sensory Experience</i> (Bau)	Dari awal masuk lobby tidak ada bau wewangian, sampai di lift pun stellanya tidak berfungsi dan bau lift bau, setelah sampai kamar juga tidak wangi dan tidak ada pengharum di kamar maupun kamar mandi, untuk rate segitu sangat mengecewakan, <u>tidak mau kesini lagi.</u>

9.	<i>Sensory Experience</i> (Pendengaran)	Kamar bising karena suara motor sangat mengganggu, dan tidak bisa ganti kamar, tamu mengatakan <u>tidak akan balik lagi.</u>
10.	<i>Sensory Experience</i> (Penglihatan)	Kecewa dengan kondisi kamar shower rusak, air panas tidak hidup dan Hairdryer Cuma pajangan tidak bisa dipakai <u>dan tidak akan kembali lagi.</u>

Sumber: Hasil wawancara kepada tamu yang pernah menginap di Truntum Hotel Padang, tgl 26/02/23

Berdasarkan Tabel 3. Peneliti menemukan lebih banyak tamu yang mempunyai pengalaman buruk dan 7 diantaranya tidak berminat untuk balik lagi.

Dan selanjutnya penulis juga menemukan masalah terkait Variasi Menu *Breakfast* yang masih kurang bervariasi, permasalahan tersebut penulis temukan melalui *Traveloka/Google Review*. berikut beberapa permasalahan yang penulis temukan ditinjau dari indikator berikut ini:



Gambar 4 Review Konsumen 4

Sumber. www.Traveloka.com diakses tgl 13/03/23

Dari keluhan diatas dilihat dari indikator variasi menu *breakfast* salah satunya adalah jenis pilihan menu makanan dan minuman, dimana tamu tersebut mengatakan menu sarapan yang standar sekali, berbanding dengan

hotel santika dengan menu yang lebih bervariasi. Berikut juga penulis lampirkan tabel perbandingan menu *breakfast* antara hotel bintang 4 di kota Padang, yaitu sebagai berikut:

Tabel 4. Menu Breakfast Truntum Hotel Padang dan Pangeran Beach Hotem Padang

No	Hotel Truntum	Hotel Pangeran Beach
1.	Nasi Putih	Nasi Putih
2.	Nasi Goreng	Nasi Goreng Sayur Ikan Teri
3.	Nasi Goreng Ikan	Cah Brokoli Daging Asap
4.	Bihun Goreng	Bihun Goreng
5.	Mie Goreng	Mieso Ayam
6.	Bubur Ayam	Bubur Ayam
7.	Bubur Manado	Bakso Berontak
8.	Ketupat Sayur	Lontong Gulai Nangka
9.	Ayam Kecap	Ayam Kecap Pedas
10.	Acar	Acar
11.	Sambalado Merah	Sambalado Merah
12.	Mayonaise	Mayonaise
13.	Cereal	Sosis Kentang Pedas Manis
14.	Assorted Pastry	Assorted Pastry
15.	Mix Slice Fruit	Mix Slice Fruit
16.	Kerupuk Udang	Kerupuk Udang
17.		Kerupuk Palembang
18.		Egg Corner
19.		Thousand Island Salad
20.		Yoghurt

Sumber: *Executive Chef* Truntum dan Pangeran Beach Hotel Padang

Berdasarkan dari beberapa indikator diatas terlihat permasalahan bahwa banyak tamu yang mempunyai pengalaman buruk dan pada hasil observasi wawancara pada tabel 3. 7 diantara 10 tamu yang pernah menginap di Truntum Hotel Padang tidak berminat untuk balik lagi, dan pada tabel 4. Terlihat bahwa variasi menu *breakfast* Truntum Hotel Padang lebih sedikit dibandingkan Pangeran Beach Hotel Padang. Semakin banyak variasi menu yang berbeda maka membuat tamu menjadi semakin puas dan senang oleh

karena itu peluang untuk tamu kembali ke hotel sangat besar. Dari uraian permasalahan diatas, peneliti tertarik untuk melakukan penelitian dengan judul: ***Pengaruh Customer Experience Dan Variasi Menu Breakfast terhadap Repurchase Intention Tamu di Truntum hotel Padang.***

B. Identifikasi Masalah

Berdasarkan uraian diatas, maka penulis dapat mengidentifikasi masalah sebagai berikut:

1. Sebagian tamu yang menginap di Truntum Hotel Padang merasa kurang puas dengan kamar yang bau asap rokok, lantai dan sofa yang kotor, dan tamu tidak ingin datang kembali ke Truntum Hotel Padang.
2. Pelayanan yang tidak ramah *receptionist* tidak *profesional*.
3. Masih adanya tamu yang tidak ingin merekomendasikan Truntum Hotel Padang.
4. Tamu mengatakan menu *breakfast* standar sekali, tidak bervariasi dan tidak sesuai harga, berbeda dengan hotel bintang 4 lainnya yang memiliki lebih banyak variasi menu.

C. Batasan Masalah

Berdasarkan latar belakang dan identifikasi masalah yang peneliti kemukakan diatas, maka penelitian ini dibatasi pada:

1. *Customer Experience*
2. Variasi Menu *Breakfast*
3. *Repurchase Intention* Tamu

4. Pengaruh *Customer Experience* dan Variasi Menu *Breakfast* Terhadap *Repurchase Intention* Tamu di Truntum Hotel Padang.

D. Rumusan Masalah

Berdasarkan pembatasan masalah diatas, maka rumusan masalah penelitian yang akan diteliti adalah:

1. Bagaimana *Customer Experience* tamu di Truntum Hotel Padang ?
2. Bagaimana Variasi Menu *Breakfast* di Truntum Hotel Padang ?
3. Bagaimana *Repurchase Intention* tamu ke Truntum Hotel Padang ?
4. Bagaimana pengaruh *Customer Experience* terhadap *Repurchase Intention* tamu di Truntum Hotel Padang ?
5. Bagaimana pengaruh Variasi Menu *Breakfast* terhadap *Repurchase Intention* tamu di Truntum Hotel Padang ?
6. Bagaimana pengaruh *Customer Experience* dan Variasi Menu *Breakfast* terhadap *Repurchase Intention* ?

E. Tujuan Penelitian

Berdasarkan perumusan masalah diatas, maka tujuan penelitian ini terbagi dua sebagai berikut:

1. Tujuan Umum

Tujuan umum dari penelitian ini adalah untuk mengetahui pengaruh *Customer Experience* dan Variasi Menu *Breakfast* terhadap *Repurchase Intention* tamu Truntum Hotel Padang.

2. Tujuan Khusus

Tujuan khusus penelitian ini adalah:

- a. Mendeskripsikan tentang *customer experience* tamu yang telah menginap di Truntum Hotel Padang.
- b. Mendeskripsikan tentang variasi menu *breakfast* di Truntum Hotel Padang.
- c. Mendeskripsikan tentang *repurchase intention* tamu ke Truntum Hotel Padang.
- d. Menganalisis pengaruh *customer experience* terhadap *repurchase intention* tamu di Truntum Hotel Padang.
- e. Menganalisis pengaruh variasi menu *breakfast* terhadap *repurchase intention* tamu di Truntum Hotel Padang.
- f. Menganalisis pengaruh *customer experience* dan variasi menu *breakfast* terhadap *repurchase intention* tamu di Truntum Hotel Padang.

F. Manfaat Penelitian

1. Bagi Hotel

Bahan evaluasi untuk meningkatkan *Customer Experience* dan Variasi Menu *Breakfast* terhadap *Repurchase Intention* di Truntum Hotel Padang.

2. Bagi Departemen Pariwisata

Hasil penelitian ini diharapkan dapat bermanfaat bagi prodi Manajemen Perhotelan sebagai bahan referensi pada mata kuliah pemasaran hotel.

3. Bagi Peneliti lain

Menambah dan memperkaya bahan bacaan terutama yang berkaitan dengan pengaruh *customer experience* dan variasi menu *breakfast* terhadap *repurchase intention*.

4. Bagi Peneliti

Untuk memenuhi persyaratan mendapatkan gelar Sarjana Sains Terapan (S.ST), selain itu agar penulis tau bagaimana pengalaman tamu terhadap minat berkunjung kembali ke Truntum Hotel Padang dan membandingkan antara teori dengan masalah nyata yang penulis langsung temukan.