

**TINJAUAN *CUSTOMER EXPERIENCE* PADA MASA COVID-19
DI KYRIAD HOTEL BUMIMINANG PADANG**

SKRIPSI

*Diajukan untuk memenuhi salah satu persyaratan memperoleh gelar Sarjana
(D4) Universitas Negeri Padang*



FAHRIFAN VALID
NIM 2016/16135089

PROGRAM STUDI D4 MANAJEMEN PERHOTELAN
JURUSAN PARIWISATA
FAKULTAS PARIWISATA DAN PERHOTELAN
UNIVERSITAS NEGERI PADANG
2020

HALAMAN PERSETUJUAN SKRIPSI

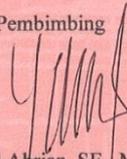
TINJAUAN *CUSTOMER EXPERIENCE* PADA MASA COVID-19 DI KYRIAD
HOTEL BUMIMINANG PADANG

Nama : Fahrifan Valid
NIM/BP : 16135089/16
Program Studi : D4 Manajemen Perhotelan
Jurusan : Pariwisata
Fakultas : Pariwisata dan Perhotelan

Padang, 10 Januari 2021

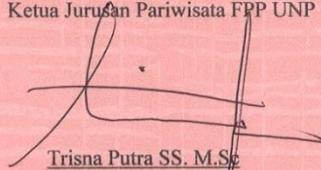
Disetujui Oleh :

Pembimbing



Youmil Abrian, SE, M.M
NIP. 19821002 200812 1002

Ketua Jurusan Pariwisata FPP UNP



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

HALAMA PENGESAHAN SKRIPSI

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

Judul : Tinjauan *Customer Experience* Pada Masa Covid-19 di
Kyriad Hotel Bumiminang Padang
Nama : Fahrifan Valid
NIM/BP : 16135089/16
Program Studi : D4 Manajemen Perhotelan
Jurusan : Pariwisata
Fakultas : Pariwisata dan Perhotelan

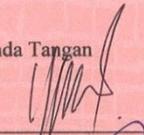
Padang, 10 Januari 2021

Tim Penguji

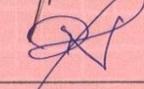
Nama

Tanda Tangan

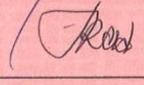
1. Ketua : Youmil Abrian, SE., M.M

1. 

2. Anggota : Hijryantomi Suyuthie, S.IP.M.M

2. 

3. Anggota : Dra. Ira Meirina Chair, M.Pd

3. 



KEMENTERIAN PENDIDIKAN DAN KEBUDAYAAN
UNIVERSITAS NEGERI PADANG
FAKULTAS PARIWISATA DAN PERHOTELAN
JURUSAN PARIWISATA

Jl. Prof Dr. Hamka Kampus UNP Air Tawar Padang 25171
Telp. (0751)7051186
E-mail : tourismdepartmenunp@gmail.com

SURAT PERNYATAAN TIDAK PLAGIAT

Saya yang bertanda tangan di bawah ini:

Nama : Fahrifan Valid
NIM/TM : 16135089/ 2020
Program Studi : D4 Manajemen Perhotelan
Jurusan : Pariwisata
Fakultas : Pariwisata dan Perhotelan

Dengan ini menyatakan bahwa skripsi saya dengan judul:

“Tinjauan *Customer Experience* Pada Masa Covid-19 di Kyriad Hotel Bumiminang Padang ” Adalah benar merupakan hasil karya saya dan bukan merupakan plagiat dari karya orang lain. Apabila terbukti saya melakukan plagiat, maka saya bersedia diproses dan menerima sanksi akademis sesuai dengan norma dan ketentuan hukum yang berlaku.

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

Diketahui,
Ketua Jurusan Pariwisata


Trisna Putra, SS, M.Sc
NIP.19761223 199805 1001

Saya yang menyatakan,


Fahrifan Valid
NIM.16135089/2016

ABSTRAK

Fahrifan Valid, 2020 : “ Tinjauan *Customer Experience* Pada Masa Covid-19 di Kyriad Hotel Bumiminang Padang”. *Skripsi. Manajemen Perhotelan Fakultas Pariwisata dan Perhotelan Universitas Negeri Padang*”.

Penelitian ini berawal dari observasi penulis pada masa pandemi Covid-19 pada tahun 2020, telah banyak korban terkena dampaknya. Berdasarkan penemuan peneliti ditemukan permasalahan mengenai *Customer Experience* di Kyriad Hotel Bumiminang Padang. Masih kurangnya penerapan sosial distancing antara tamu dengan tamu lainnya di Kyriad Hotel Bumiminang, Masih kurang tersedianya hand sanitizer pada masing – masing outlet, Tamu mengungkapkan bahwa fasilitas dan furnitur Kyriad Hotel Bumiminang dalam kamar sangat buruk dan tidak layak digunakan, Masih kurangnya media informasi himbauan Protokol Covid-19, Terdapat tamu yang tidak merekomendasikan Kyriad Hotel Bumiminang Padang untuk hotel pilihan menginap di kota Padang pada masa Covid-19. Penelitian ini bertujuan untuk mendeskripsikan *Customer Experience* Pada masa Covid-19 di Kyriad Hotel Bumiminang yang meliputi 3 Indikator yaitu : *Sensory Experience* (Pengalaman yang dirasakan indra), *Emotional Experience* (Pengalaman yang dirasakan melalui perasaan konsumen), *Social Experience* (Pengalaman Konsumen dalam bersosialisasi).

Jenis Penelitian ini adalah penelitian deskriptif kuantitatif. Populasi penelitian ini adalah tamu yang pernah atau sedang menginap di Kyriad Hotel Bumiminang Padang dari bulan Maret – Agustus 2020. Teknik Pengambilan sampel dalam penelitian ini adalah *Non probability sampling* yang digunakan adalah *Purposive sampling* (100) tamu. Teknik pengumpulan data dilakukan dengan komunikasi tidak langsung dengan cara menyebarkan angket atau kuesioner dengan menggunakan skala *likert* yang telah diuji validitas dan reliabilitasnya.

Selanjutnya data dianalisis melalui analisis deskriptif dengan metode pengkategorian penilaian berdasarkan rata-rata skor dan persentase penilaian dengan menggunakan bantuan Program Komputer *SPSS 20.00*. Hasil Penelitian menyimpulkan bahwa secara umum *Customer Experience* pada masa *Covid-19* di Kyriad Hotel Bumiminang Padang tergolong pada kategori baik dengan persentase 59% yang berada pada rentang 66,66 – < 80. Sedangkan berdasarkan pada masing–masing indikator yaitu : (1) *Sensory Experience* tergolong pada kategori baik persentase 48% yang berada pada rentang 30-< 36, (2) *Emotional Experience* tergolong pada kategori cukup dengan persentase 47% berada pada rentang 18,67- < 22,33, (3) *Social Experience* tergolong pada kategori cukup dengan rentang 10,67- < 13,33.

Kata Kunci : *Customer Experience*, Covid-19

KATA PENGANTAR

بِسْمِ اللَّهِ الرَّحْمَنِ الرَّحِيمِ

Puji syukur penulis ucapkan kehadiran Allah SWT yang telah memberikan rahmat dan karunia-Nya serta kemudahan bagi penulis sehingga dapat menyelesaikan skripsi yang berjudul **“Tinjauan *Customer Experience* Pada Masa Covid-19 di Kyriad Hotel Bumiminang Padang”**. Skripsi ini dibuat untuk melengkapi persyaratan memperoleh gelar Sarjana Sains Terapan pada Jurusan Pariwisata Fakultas Pariwisata dan Perhotelan Universitas Negeri Padang.

Dalam proses penyusunan proposal hingga selesainya skripsi ini, penulis telah banyak mendapatkan bantuan dan dukungan dari berbagai pihak. Untuk itu pada kesempatan ini penulis menyampaikan ucapan terimakasih yang takterhingga kepada:

1. Ibu Dra. Ernawati, P.hD., selaku Dekan Fakultas Pariwisata dan Perhotelan Universitas Negeri Padang.
2. Bapak Trisna Putra SS. M.Sc., selaku Ketua Jurusan Pariwisata Fakultas Pariwisata dan Perhotelan Universitas Negeri Padang.
3. Bapak Yaumil Abrian, SE, MM selaku Penasehat Akademik sekaligus selaku Pembimbing penulis yang telah meluangkan waktu untuk memberikan bimbingan, pemikiran dan pengarahan yang sangat berarti dalam penulisan skripsi ini.
4. Seluruh staf pengajar, teknisi dan administrasi pada Jurusan Pariwisata Fakultas Pariwisata dan Perhotelan Universitas Negeri Padang.

5. Bapak Fadjri Roesman Selaku GM Kyriad Hotel Bumiminang yang telah memberikan kerjasama yang baik kepada penulis pada saat penelitian ini.
6. Ayah, Ibu dan adik-adik terima kasih atas doa dan dukungan yang telah diberikan sehingga penulis mampu menyelesaikan perkuliahan.
7. Seluruh rekan-rekan Manajemen Perhotelan khususnya angkatan 2016 yang telah memberikan dorongan dan doa kepada penulis.
8. Berbagai pihak yang telah membantu penulis untuk menyelesaikan proposal penelitian ini.

Semoga bantuan yang telah diberikan diberkahi dan mendapatkan balasan yang berlipatganda dari Allah SWT. Akhirnya, penulis juga berharap agar proposal penelitian ini dapat bermanfaat bagi kita semua.

Painan, 15 Juli 2020

Fahrifan Valid

DAFTAR ISI

ABSTRAK	i
KATA PENGANTAR.....	ii
DAFTAR ISI.....	iv
DAFTAR TABEL	vi
DAFTAR GAMBAR.....	vii

BAB I PENDAHULUAN

A. Latar Belakang	1
B. Identifikasi Masalah	7
C. Batasan Masalah	7
D. Rumusan Masalah	7
E. Tujuan Penelitian	8
F. Manfaat Penelitian	8

BAB II KAJIAN PUSTAKA

A. Kajian Teori	
1. <i>Customer Experience</i>	10
a. Pengertian <i>Customer Experience</i>	10
b. Macam-macam <i>Customer Experience</i>	11
c. Indikator <i>Customer Experience</i>	12
2. Protokol COVID-19	15
B. Kerangka Konseptual	17
C. Pertanyaan Penelitian	17

BAB III METODOLOGI PENELITIAN

A. Jenis Penelitian.....	18
B. Tempat dan Waktu Penelitian	18
C. Variabel Penelitian.....	19
D. Definisi Operasional Varibel.....	19

E. Populasi dan Sampel	20
1. Populasi Penelitian	20
2. Sampel Penelitian.....	20
F. Jenis dan Teknik Pengumpulan Data	22
G. Uji Coba Instrumen	24
H. Teknik Analisis Data.....	27

BAB IV. HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

A. Hasil Penelitian	29
1. Temuan umum	29
2. Kemuan Khusus	31
a. Deskripsi Karakteristik Responden.....	31
b. Deskripsi Hasil Penelitian Variabel <i>Customer Experience</i> pada Masa Covid-19 di Kyriad Hotel Bumiminang	35
1) Indikator <i>Sensory Experience</i> (Pengalaman yang dirasakan indra)	37
2) Indikaro <i>Emotiona Experience</i> (Pengalaman yang dirasakan melalui perasaan konsumen).....	40
3) Indikator <i>Social Experience</i> (Pengalaman Konsumen dalam bersosialisasi)	42
B. Pembahasan.....	44

BAB V. KESIMPULAN DAN SARAN

A. Kesimpulan Hasil Peneletian	51
B. Saran.....	51

DAFTAR PUSTAKA	54
-----------------------------	-----------

LAMPIRAN

DAFTAR TABEL

Tabel 1. Tingkat Pertumbuhan Hunian Kamar Kyriad Hotel Bumiminang	3
Tabel 2. Tingkat Hunian Kamar di Kyriad Hotel Bumiminang	20
Tabel 3. Pilihan Jawaban Skala Likert Pada Variabel.....	23
Tabel 4. Kisi-Kisi Instrumen Penelitian	24
Tabel 5. Hasil Uji Validitas Variabel Penelitian	26
Tabel 6. Hasil Uji Reabilitas Variabel Permasalahan	27
Tabel 7. Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis Kelamin.....	31
Tabel 8. Karakteristik Responden Berdasarkan Umur	32
Tabel 9. Karakteristik Responden Berdasarkan Pekerjaan.....	32
Tabel 10. Karakteristik Responden Berdasarkan Kewarganegaraan	33
Tabel 11. Karakteristik Responden Berdasarkan Kota Asal	34
Tabel 12. Karakteristik Responden Berdasarkan Frekuensi Meninap	35
Tabel 13. Deskripsi data Variabel Penilaian	36
Tabel 14. Distribusi Frekuensi data penelitian variabel <i>Customer Experience</i>	37
Tabel 15. Deskripsi data Variabel Penilaian <i>Customer Experience</i> di tinjau dari indikator <i>Sensori Experience</i>	38
Tabel 16. Distribusi Frekuensi data penelitian variabel <i>Customer Experience</i> ditinjau dari <i>Sensori Experience</i>	39
Tabel 17. Deskripsi data Variabel Penilaian <i>Customer Experience</i> di tinjau dari indikator <i>Emotional Experience</i>	40
Tabel 18. Distribusi Frekuensi data penelitian variabel <i>Customer Experience</i> ditinjau dari <i>Emotional Experience</i>	41
Tabel 19. Deskripsi data Variabel Penilaian <i>Customer Experience</i> di tinjau dari indikator <i>Social Experience</i>	42
Tabel 20. Distribusi Frekuensi data penelitian variabel <i>Customer Experience</i> ditinjau dari <i>Social Experience</i>	43

DAFTAR GAMBAR

Gambar 1 . <i>Review Customer 1</i>	4
Gambar 2 . <i>Review Customer 2</i>	5
Gambar 3 . <i>Review Customer 3</i>	5
Gambar 4 . <i>Review Customer 4</i>	6
Gambar 5 . <i>Kerangka Konseptual</i>	17
Gambar 6 . <i>Kyriad Hotel Bumiminang</i>	29
Gambar 7 . <i>Histogram Kurva Normal Sebaran data Variabel Customer Experience</i>	36
Gambar 8 . <i>Histogram Kurva Normal Sebaran data Variabel Customer Experience di tinjau dari indikator Sensory Experience</i>	38
Gambar 9 . <i>Histogram Kurva Normal Sebaran data Variabel Customer Experience di tinjau dari indikator Emotional Experience</i>	41
Gambar10 . <i>Histogram Kurva Normal Sebaran data Variabel Customer Experience di tinjau dari indikator Social Experience</i>	43

BAB I

PENDAHULUAN

A. Latar Belakang

Industri hotel adalah salah satu industri yang berperan penting dalam perkembangan ekonomi dan dunia pariwisata di Indonesia menurut Peraturan Menteri Pariwisata dan Ekonomi Kreatif RI no. 2 tahun 2014 pasal 1, "Hotel adalah penyedia akomodasi berupa kamar-kamar di dalam suatu bangunan yang dilengkapi dengan jasa makanan dan minuman, kegiatan hiburan dan fasilitas lainnya secara harian dengan tujuan memperoleh keuntungan". Sulastyono 2011:5, Hotel merupakan suatu perusahaan yang dikelola oleh pemiliknya dengan penyediaan pelayanan makanan, minuman dan fasilitas kamar untuk tidur kepada orang-orang yang sedang melakukan perjalanan dan mampu membayar dengan jumlah yang wajar sesuai dengan pelayanan yang ditentukan tanpa ada perjanjian khusus. Sedangkan menurut AHMA (*American Hotel and Motel Associations*) dalam Budi (2010), Hotel adalah suatu tempat dimana disediakan penginapan, makanan dan minuman serta pelayanan lainnya, untuk disewakan bagi para tamu atau orang-orang yang tinggal untuk sementara waktu.

Pada tahun 2020 menjadi situasi yang buruk bagi masyarakat dengan hadirnya Coronavirus (Covid-19) yang mana kasus pertamanya secara resmi diumumkan oleh Presiden Joko Widodo di Istana Negara pada tanggal 2 Maret 2020 dan pada 11 Maret 2020 untuk pertama kalinya warga Indonesia meninggal dunia akibat Covid-19.

Pada 26 Mei 2020 Presiden Joko Widodo resmi menetapkan Pembatasan Sosial Berskala Besar (PSBB) sesuai dengan KEMENKES RI No. HK.01.07/MENKES/382/2020 Tentang Protokol Kesehatan. Berdasarkan KEMENKES di atas memberikan peluang bagi segala sektor untuk menjalankan aktifitas normal dan juga pada sektor industri hotel. Dilihat dari BAB III nomor 3,” Penyediaan akomodasi secara harian berupa kamar – kamar di dalam suatu atau lebih bangunan yang dapat dilengkapi dengan jasa pelayanan makanan dan minuman, kegiatan hiburan dan/atau fasilitas lainnya harus dilakukan upaya mitigasi penularan Covid-19 bagi pekerja, pengunjung dan masyarakat pengguna jasa akomodasi ini.

Kota Padang adalah salah satu sebagai dampak Covid-19 menjadi dampak buruk bagi segala pihak terutama pada industri Pariwisata di bidang perhotelan dengan kurangnya kegiatan wisata di kota padang secara tidak langsung mengurangi *occupancy* masing-masing hotel. Kyriad Hotel Bumiminang adalah dari sekian banyak Hotel yang mengalami kurangnya tingkat *occupancy* akibat Covid-19 bisa dilihat pada tabel dibawah ini :

Tabel. 1. Tingkat hunian kamar Kyriad Hotel Bumiminang Periode Maret – Agustus 2020

Tahun	Bulan	Room Sold	Occupancy
2020	Maret	1919	62,96
	April	631	20,89
	Mei	558	17,93
	Juni	970	32,41
	Juli	1461	47,56
	Agustus	1966	66,19

Sumber : *Front Office Kyriad Hotel Bumiminang, 2020*

Berdasarkan tabel di atas menunjukkan bahwa tingkat hunian kamar di Kyriad Hotel Bumiminang pada masa pandemi Covid-19 ini setiap bulanya

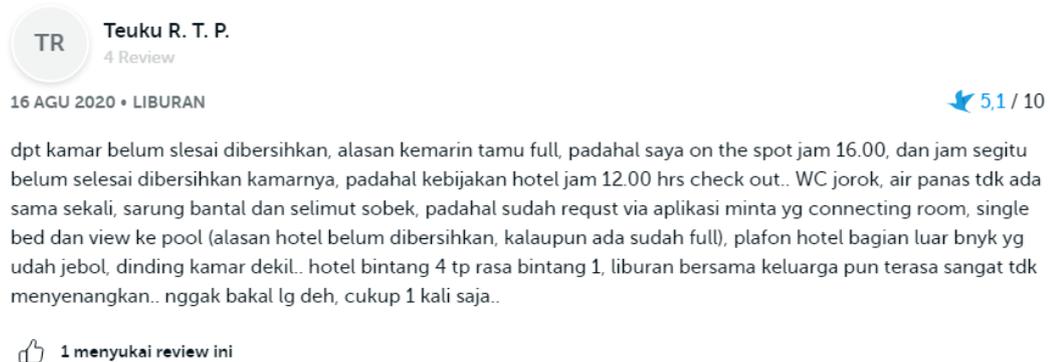
masih ada penurunannya, pada bulan April *occupancy* turun sampai 20,59% dari 62,96% dan pada bulan Mei juga ada penurunan, pada bulan Juni –Agustus ada peningkatan namun tidak begitu besar .

Untuk menstabilkan dan meningkatkan *occupancy* perlu adanya tinjauan kembali dilihat dari pengalaman tamu menginap di Kyriad Hotel Bumiminang (*Customer Experience*). Menurut Walter, dkk dalam Asrivionny (2010), “*Customer experience* merupakan pengalaman yang didapatkan oleh konsumen baik itu secara langsung maupun tidak langsung mengenai proses pelayanan, perusahaan, fasilitas-fasilitas dan bagaimana seseorang konsumen berinteraksi dengan perusahaan dan dengan konsumen lainnya”. Pada dasarnya pengalaman (*customer experience*) sangat mempengaruhi tamu untuk membeli produk/jasa yang ditawarkan karena jika tamu merasa produk dan pelayanan yang disajikan prima maka tamu akan berkesan.

Menurut Ayu, Imam, Edy (2014:4), “Konsumen akan lebih niat membeli ketika produk dan jasa yang ditawarkan mempunyai nilai yang sangat baik dan memberikan kesan positif dan menarik sehingga konsumen memiliki rasa keinginan dan emosi sehingga niat pembelian akan semakin tinggi”. Dari pendapat diatas dapat dilihat bahwa salah satu yang mempengaruhi tamu untuk melakukan pembelian adalah pengalaman yang tamu dapatkan dan pada masa saat ini terjaga dari virus Covid-19.

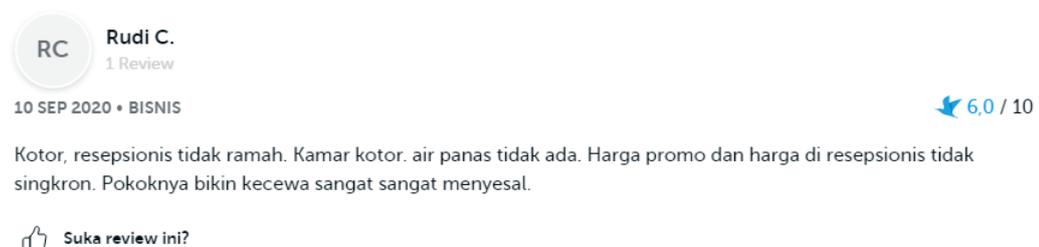
Namun masih banyak tamu yang mendapatkan pengalaman yang kurang baik ketika menginap di Kyriad Hotel Bumiminang pada masa Covid-

19 bisa dilihat pada keluhan yang disampaikan tamu melalui travel-hotel yang dilihat dari beberapa indikator berikut :



Gambar 1. *Review* Konsumen 1
Sumber. www.Traveloka.com/hotel diakses tgl 18/08/20

Dari keluhan diatas dilihat dari indikator *Customer Experience* salah satunya *Sensory Experience*, Tamu tersebut mengatakan ia tidak akan pernah menginap di Kyriad hotel bumiminang Padang lagi dikarenakan banyaknya hal yang mengecewakan dari WC jorok, sarung bantal dan selimut sobek dan kamar yang dipesan tidak sesuai dan juga ditemukan plafon yang sudah mulai rusak serta dinding yang tua. Dapat dikatakan bahwa tamu tersebut tidak menjadikan Kyriad Hotel Bumiminang sebagai pilihan utama.



Gambar 2. *Review* Konsumen 2
Sumber. www.Traveloka.com/hotel diakses tgl 18/08/20

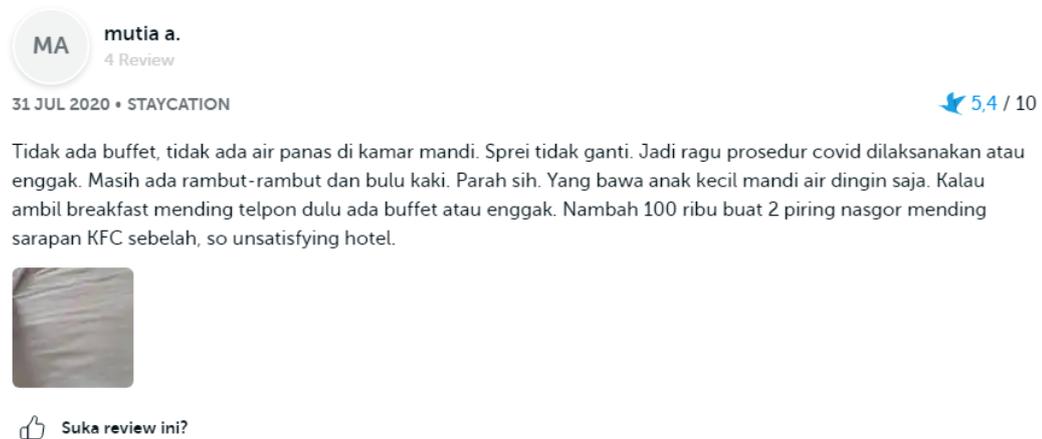
Dari keluhan dilihat dari indikator *customer experience* adalah *Social experience*, dimana tamu menggambarkan perilaku karyawan Kyriad Hotel bumiminang padang saat tamu menginap dengan memberikan pelayanan kepada tamu yang tidak terlaluramah.



Gambar 3. *Review* Konsumen 3

Sumber. www.Traveloka.com/hotel diakses tgl 18/08/20

Dari keluhan diatas dilihat dilihat dari indikator *customer experience* adalah *sensory experienced* dimana tamu tidak merekomendasikan Kyriad Hotel Bumiminang karena dilihat dari komentar tamu mengenai fasilitas dan perabotan yang sangat buruk dan tidak menggambarkan sama sekali sebagai hotel berbintang 4, sangat-sangat tidak nyaman.



Gambar 4. *Review* Konsumen 4

Sumber. www.Traveloka.com/hotel diakses tgl 18/08/20

Dari keluhan diatas dilihat dilihat dari bertapa kawatirnya tamu menginap di Kyriad Hotel Bumiminang dengan keadaan sprej tidak diganti yang mana unkanpan dari tamu mengatakan masih ada rambut – rambut dan bulu kaki.

Dari unkanpan tamu di atas terlihat kurangnya penerapan Protokol Covid-19 di Kyriad Hotel Bumiminang tentu ini tidak hanya akan menjadi gambaran buruk bagi tamu yang akan mau menginap di Kyriad Hotel Bumiminang. Dari beberapa temuan review konsumen di atas dan peneliti mencoba obeservasi kembali dan juga berdararkan pengalaman magang peneliti di kyeiad horel bumiminang terhadap review tamu memenag ada ditemukannya seprai dan sarung bantal yang sobek atau yang bercak kuning sesuai yang di sampakaikan reviewer di atas dan di saat melakukan observasi awal masih peneliti temukan kurangnya jaga jarak antara tamu dengan tamu yang lain dan juga masih kurangnya *handsanitizer* pada masing – masing *outlet* dan media himbauan protokol Covid-19 serta kurang konsisten dalam penerapan Covid-19. Berdasarkan keluhan tamu

di atas menarik untuk dilakukan penelitian **Tinjauan *Customer Experience* Pada masa pandemi Covid-19 di Kyriad Hotel Bumiminang.**

B. Identifikasi Masalah

Berdasarkan permasalahan diatas maka dapat diperoleh beberapa masalah yaitu :

1. Masih kurangnya penerapan sosial distancing antara tamu dengan tamu lainnya di Kyriad Hotel Bumiminang.
2. Masih kurang tersedianya hand sanitizer pada masing – masing outlet di Kyriad Hotel Bumiminang.
3. Tamu mengungkapkan bahwa fasilitas dan furnitur Kyriad Hotel Bumiminang dalam kamar sangat buruk dan tidak layak digunakan.
4. Masih kurangnya media informasi himbauan Protokol Covid-19 di Kyriad Hotel Bumiminang.
5. Terdapat tamu yang tidak merekomendasikan Kyriad Hotel Bumiminang Padang untuk hotel pilihan menginap di kota Padang pada masa Covid-19.

C. Batasan Masalah

Berdasarkan latar belakang dan identifikasi masalah yang peneliti kemukakan diatas, maka penelitian ini dibatasi pada *Customer Experience* pada masa Covid-19 di Kyriad Hotel Bumiminang Padang.

D. Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang diatas, maka rumusan masalah penelitian yang akan diteliti adalah bagaimana *Customer Experience* pada masa Covid-19 di Kyriad Hotel Bumiminang Padang?

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 *Customer Experience* pada masa Covid-19 di Kyriad Hotel Bumiminang Padang.

2. Tujuan Khusus

- 1) Mengambarkan *Sensory Experience* tamu pada masa Covi-19 di Kyriad Hotel Bumiminang Padang .
- 2) Mendeskripsikan dan menggambarkan *Emotional Experience* tamu pada masa Covid-19 di Kyriad Hotel Bumiminang
- 3) Mengambarkan tentang *Sosisal Experience* tamu yang telah menginap di Kyriad Hotel Bumiminang Padang .

F. Manfaat Penelitian

1. Bagi Manajemen Kyriad Hotel Bumiminang

Diharapkan dapat memberikan informasi dan menggambarkan *Customer Experience* pada masa Covid-19 di Kyriad Hotel Bumiminang untuk meningkatkan pelayanan pada masa Covid-19.

2. Bagi Prodi D4 Manajemen Perhotelan UNP

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

3. Bagi Penulis

Untuk memenuhi persyaratan mendapatkan gelar Sarjana Sains Terapan (S.ST), selain itu agar penulis tahu bagaimana pengalaman tamu di Kyriad Hotel Bumiminang pada masa Covid-19 dan membandingkan antara teori dengan masalah nyata yang penulis langsung temukan.