

**PENGARUH *CUSTOMER EXPERIENCE* TERHADAP *CUSTOMER*
SATISFACTION DI TURI *BEACH RESORT* BATAM**

SKRIPSI

*Diajukan Sebagai Salah Satu Syarat Untuk Memperoleh Gelar Sarjana
Sains Terapan (S.ST) di Universitas Negeri Padang*



MEILAN SUCI

21135166/2021

PROGRAM STUDI MANAJEMEN PERHOTELAN

DEPARTEMEN PARIWISATA

FAKULTAS PARIWISATA DAN PERHOTELAN

UNIVERSITAS NEGERI PADANG

2025

PERSETUJUAN PEMBIMBING SKRIPSI

Judul : *Pengaruh Customer Experience Terhadap Customer Satisfaction Di Turi Beach Resort Batam*
Nama : Meilan Suci
NIM/BP : 21135166/2021
Program Studi : D4 Manajemen Perhotelan
Departemen : Pariwisata
Fakultas : Pariwisata dan Perhotelan

Padang, 31 Oktober 2025

Disetujui Oleh,

Dosen Pembimbing,



Dr. Hijrivantomi Suyuthie, S.IP., M.M

NIP : 197809032010121001

Kepala Departemen,



Pasaribu, SST.Par., M.Si.Par., CHE.

NIP. 198705202015041001

HALAMAN PENGESAHAN SKRIPSI

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

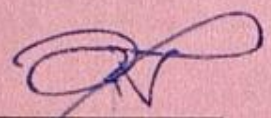
Nama : Meilan Suci
Nim : 21135166
Judul : Pengaruh *Customer Experience* Terhadap
Customer Satisfaction Di Turi Beach Resort
Batam
Program Studi : D4 Manajemen Perhotelan
Departemen : Pariwisata
Fakultas : Pariwisata dan Perhotelan

Padang, 31 Oktober 2025

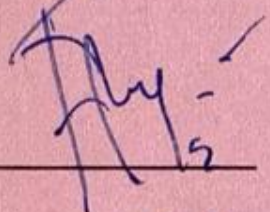
Nama

Tanda Tangan

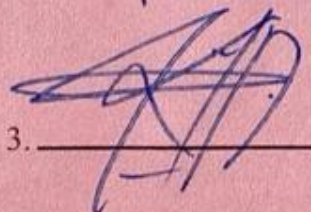
1. Ketua : Dr. Hijriyantomi Suyuthie, S.Ip., MM

1. 

2. Anggota : Fauza Afni, S.Pd., M.Si.

2. 

3. Anggota : Khairani Saladin, S.E., M.Sc.

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 : Meilan Suci
NIM/TM : 21135166 / 2021
Program Studi : D4 Manajemen Perhotelan
Departemen : Pariwisata
Fakultas : Pariwisata dan Perhotelan

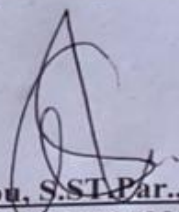
Dengan ini menyatakan bahwa skripsi saya yang berjudul,

“Pengaruh *Customer Experience* Terhadap *Customer Satisfaction* Di Turi Beach Resort Batam” 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 diproses 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.

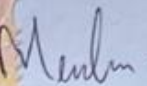
Diketahui,

Kepala Departemen Pariwisata


Pasaribu, S.ST.Par., M.Si.Par., CHE
NIP. 198705202015041001

Saya yang menyatakan,




Meilan Suci
NIM. 21135166

ABSTRAK

Meilan Suci, (2025)

**: Pengaruh *Customer Experience* Terhadap
Customer Satisfaction Di Turi Beach Resort
Batam**

Penelitian ini dimaksudkan untuk menelaah pengaruh *customer experience* terhadap *customer satisfaction* di Turi Beach Resort Batam. Proyek penelitian ini berawal dari kenyataan bahwa pengalaman pelanggan merupakan faktor penting dalam menciptakan kepuasan tamu di tengah persaingan industri perhotelan yang semakin ketat. Tujuan penelitian ini adalah untuk menganalisis seberapa besar pengaruh *customer experience* terhadap *customer satisfaction* di Turi Beach Resort Batam.

Metode yang digunakan dalam penulisan ini adalah kuantitatif deskriptif asosiatif kausal. Teknik pengumpulan data dilakukan melalui penyebaran kuesioner kepada 346 responden yang pernah maupun sedang menginap di Turi Beach Resort Batam. Analisis data dilakukan dengan menggunakan regresi linear sederhana melalui bantuan program SPSS versi 26.00

Hasil penelitian menunjukkan bahwa secara umum *customer experience* berpengaruh positif dan signifikan terhadap *customer satisfaction*, dengan nilai koefisien regresi sebesar 0,720 dan tingkat signifikansi sebesar 0,000 ($<0,05$). Nilai R Square sebesar 0,519 menunjukkan bahwa 51,9% variasi pada *customer satisfaction* dapat dijelaskan oleh *customer experience*, sementara 48,1% sisanya dipengaruhi oleh faktor lain yang tidak dibahas dalam penelitian ini. Berdasarkan hasil tersebut dapat disimpulkan bahwa semakin baik pengalaman yang diberikan oleh pihak *resort*, maka semakin tinggi pula tingkat kepuasan tamu. Oleh karena itu, pihak manajemen disarankan untuk meningkatkan kualitas interaksi sosial staf dengan tamu, memperkuat pelayanan yang personal, serta menciptakan suasana yang lebih berkesan agar kepuasan tamu meningkat dari kategori “baik” menjadi “sangat baik”.

Kata Kunci: *customer experience, customer satisfaction, Turi Beach Resort Batam*

KATA PENGANTAR

Puji syukur penulis ucapkan kehadiran Allah SWT yang telah memberikan rahmat dan karunia-Nya serta kemudahan bagi penulis sehingga dapat menyelesaikan Skripsi ini dengan judul “**Pengaruh *Customer Experience Terhadap Customer Satisfaction Di Turi Beach Resort Batam***”. Penulisan penelitian ini bertujuan untuk memenuhi persyaratan menyelesaikan perkuliahan di Universitas Negeri Padang. Dalam proses penulisan penelitian ini, penulis tidak terlepas dari bimbingan, semangat dan dukungan dari berbagai pihak. Untuk itu pada kesempatan ini penulis mengucapkan terima kasih kepada :

1. Ibu Prof. Dra.Asmar Yulastri, M.Pd., Ph.D selaku Dekan Fakultas Pariwisata dan Perhotelan Universitas Negeri Padang.
2. Bapak Pasaribu, SST.Par, M.Si.Par, CHE selaku Kepala Departemen Pariwisata Fakultas Pariwisata dan Perhotelan Universitas Negeri Padang.
3. Ibu Dwi Pratiwi Wulandari SST.Par., MM.Par. selaku dosen penasihat akademik.
4. Bapak Dr. Hijriyantomi Suyuthie, S.IP., M.M. selaku dosen pembimbing
5. Seluruh dosen, tenaga administrasi dan teknisi D4 Manajemen Perhotelan Departemen Pariwisata Fakultas Pariwisata dan Perhotelan Universitas Negeri Padang.
6. Superhero dan panutanku, Ayahanda **Munar** dan pintu surgaku Ibunda **Samnih**. Terima kasih atas segala pengorbanan dan tulus kasih yang diberikan. Beliau memang tidak sempat merasakan pendidikan bangku perkuliahan, namun mereka mampu senan tiasa memberikan yang terbaik, tak kenal lelah mendoakan serta memberikan perhatian dan dukungan hingga penulis mampu menyelesaikan studinya sampai meraih gelar sarjana. Episode melihat perjalananku masih berlanjut, semoga ayah dan ibu sehat, panjang umur dan bahagia selalu.
7. Untuk abang tercinta **Aswin**, sosok yang tidak pernah lelah menjadi sandaran dan penjaga langkahku. Terima kasih atas setiap doa, perjuangan, dan kasih yang membuat penulis mampu berdiri hingga hari ini. Engkau adalah bukti nyata bahwa

cinta seorang abang tak pernah mengenal batas.

8. Untuk kakak tercinta **Patmala Sari, SKM**, yang dengan tulus kasih dan doanya telah ikut mewarnai jejak keberhasilan penulis hari ini. Semoga kebahagiaanmu kelak seindah doa-doa yang pernah kau panjatkan untuk adik kecil mu ini.
9. Untuk diriku sendiri **Meilan Suci, S.ST** terima kasih telah setia berjuang hingga akhir. Terima kasih sudah memilih bertahan ketika menyerah terasa lebih mudah. Semoga semangat ini tetap hidup untuk perjalanan panjang berikutnya.
10. Untuk sahabat-sahabat terbaikku selama kuliah, **Syaira Syaharani Prima, S.ST Suci Aprillia Ikhwan, S.ST, dan Nurul Hakiki Pulungan, S.Pd.** Terima kasih sudah menjadi bagian dari perjalanan ini, menemani dengan tawa, dukungan, dan kebersamaan. Semoga persahabatan ini tetap abadi, meski jalan hidup membawa kita ke arah yang berbeda.
11. Terima kasih kepada seluruh staf Turi *Beach Resort* Batam atas dukungan dan kesempatan yang diberikan dalam pelaksanaan penelitian ini.
12. Terimakasih untuk semua nama yang tidak dapat penulis cantumkan satu persatu atas semua dukungan, doa, dan yang telah banyak membantu penulis dalam menulis skripsi ini.

Semoga segala bantuan dan bimbingan yang telah Bapak/Ibu dan rekan-rekan berikan mendapat imbalan dan berkah dari Allah SWT Amin Ya Rabbal'alamin. Penulis menyadari bahwa pada penelitian ini penulis masih banyak kekurangan, untuk itu penulis bersedia menerima kritik dan saran yang membangun dan menyempurnakan penelitian ini. Penulis berharap semoga skripsi ini bermanfaat bagi penulis sendiri khususnya dan pembaca pada umumnya.

Padang, 31 Oktober 2025

Penulis

Meilan Suci

DAFTAR ISI

ABSTRAK	i
KATA PENGANTAR.....	ii
DAFTAR ISI	iv
DAFTAR TABEL	vi
DAFTAR GAMBAR	vii
DAFTAR LAMPIRAN	viii
BAB I PENDAHULUAN	1
A. Latar Belakang Masalah.....	1
B. Identifikasi Masalah.....	8
C. Batasan masalah	9
D. Rumusan Masalah	9
E. Tujuan Penelitian.....	10
F. Manfaat Penelitian	10
BAB II KAJIAN PUSTAKA	12
A. Kajian Teori.....	12
1. <i>Customer satisfaction</i>	12
2. <i>Customer Experience</i>	16
B. Kerangka Konseptual	19
C. Hipotesis Penelitian.....	20
BAB III METODE PENELITIAN	21
A. Jenis Penelitian.....	21
B. Waktu Dan Tempat Penelitian.....	21
C. Variabel Penelitian	22
D. Defenisi Operasional Variabel Penelitian.....	22
E. Populasi Dan Sampel	23
F. Jenis Dan Teknik Pengumpulan Data.....	26
G. Instrumen Penelitian.....	27

H. Uji Coba Instrumen	29
I. Teknik Analisis Data	32
J. Uji Persyaratan Analisis	36
K. Pengujian Hipotesis.....	37
BAB IV HASIL DAN PEMBAHASAN.....	39
A. Hasil Penelitian	39
B. Pembahasan.....	56
BAB V KESIMPULAN DAN SARAN	62
A. Kesimpulan	62
B. Saran.....	64
DAFTAR PUSTAKA.....	66
LAMPIRAN.....	70

DAFTAR TABEL

Table 1.1 Data Kunjungan Tamu.....	3
Tabel 3. 1. Data Occupancy Tamu	Error! Bookmark not defined.
Tabel 3. 2. Pilihan Jawaban Skala Likert Pada Variabel X dan Y	28
Tabel 3. 3. Kisi-Kisi Instrumen	28
Tabel 3. 4. Hasil Uji Coba Validitas <i>Customer experience</i>	30
Tabel 3. 5. Hasil Uji Coba Validitas <i>Customer satisfaction</i>	30
Tabel 3. 6. Hasil Uji Coba Reliabilitas	32
Tabel 3. 7. Interpretasi Reliabilitas Instrumen	32
Tabel 3. 8. Batas Interval dan Kategori Pilihan	35
Tabel 3. 9. Tingkat Capaian Responden (TCR)	36
Tabel 4. 1. Karakteristik Jenis Kelamin Responden	40
Tabel 4. 2. Karakteristik Usia Responden	40
Tabel 4. 3. Karakteristik Pekerjaan Responden	41
Tabel 4. 4. karakteristik Pendidikan Terakhir Responden	42
Tabel 4. 5. Karakteristik Jumlah Menginap Responden	43
Tabel 4. 6. Deskriptif Variabel <i>Customer experience</i>	44
Tabel 4. 7. TTCR variabel <i>Customer experience</i>	45
Tabel 4. 8. Deskriptif Variabel <i>Customer satisfaction</i>	48
Tabel 4. 9 TCR Variabel <i>Customer satisfaction</i>	48
Tabel 4. 10. Hasil Uji Normalitas	51
Tabel 4. 11. Hasil Uji Homogenitas	52
Tabel 4. 12. Hasil Uji Linearitas	53
Tabel 4. 13. Hasil Uji Regresi Linear Sederhana	54
Tabel 4. 14. Koefisien Regresi Variabel X Terhadap Variabel Y	54
Tabel 4. 15. Koefisien Determinasi (R Square)	55

DAFTAR GAMBAR

Gambar 1. 1 Ulasan Tamu.....	4
Gambar 1. 2 Ulasan Tamu.....	5
Gambar 1. 3 Ulasan Tamu.....	6
Gambar 1. 4 Ulasan Tamu.....	6
Gambar 1. 5 Ulasan Tamu.....	7
Gambar 2. 1 Kerangka Konseptual	20

DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran 1. Surat Izin Penelitian.....	69
Lampiran 2. Balasan Surat Penelitian	71
Lampiran 3. Kuesioner Penelitian.....	72
Lampiran 4. Tabulasi Data Uji Coba Penelitian Variabel X	76
Lampiran 5. Tabulasi Data Uji Coba Penelitian Variabel Y	77
Lampiran 6. Hasil Uji Coba Validitas <i>Customer experience</i>	78
Lampiran 7. Hasil Uji Coba Validitas <i>Customer satisfaction</i>	79
Lampiran 8. Uji Reliabilitas <i>Customer experience</i>	80
Lampiran 9. Hasil Uji Reliabilitas <i>Customer satisfaction</i>	80
Lampiran 10. Tabulasi Data Penelitian Variabel <i>Customer experience</i>	81
Lampiran 11. Tabulasi Data Penelitian Variabel <i>Customer satisfaction</i>	91
Lampiran 12. Hasil Uji Analisis Deskriptif Statistik Variabel X dan Y	100
Lampiran 13. Hasil Pengolahan TCR Variabel <i>Customer experience</i> (X).....	101
Lampiran 14. Hasil Pengolahan TCR Variabel <i>Customer satisfaction</i> (Y).....	103
Lampiran 15. Hasil Uji Normalitas	104
Lampiran 16. Hasil Uji Homogenitas	105
Lampiran 17. Hasil Uji Linearitas.....	105
Lampiran 18. Hasil Uji Regresi Linear Berganda.....	105
Lampiran 19. Hasil Koefisien Determinasi.....	106
Lampiran 20. Dokumentasi	107

BAB I

PENDAHULUAN

A. Latar Belakang Masalah

Industri perhotelan adalah industri jasa yang memadukan antara produk dan layanan. Hotel merupakan suatu perusahaan yang dikelola oleh pemiliknya dengan menyediakan 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 diterima tanpa adanya perjanjian khusus (Moha et al.2016).

Hotel adalah jenis penginapan yang menggunakan sebagian atau seluruh bangunannya untuk menyediakan layanan penginapan, makanan dan minuman, dan juga layanan tambahan lain untuk Masyarakat umum yang dikelola secara komersial, sesuai SK Menparpostel no. KM 37/PW.340/MPPT-86 tentang peraturan perusahaan dan pengelolaan hotel (Maghfira Napu & Nurhidayat, 2023). Seiring dengan meningkatnya minat masyarakat untuk berpergian, khususnya untuk tujuan bisnis dan rekreasi, industri ini mengalami pertumbuhan yang pesat. Namun, persaingan dan ekspektasi konsumen terus meningkat dan menuntut hotel untuk terus berinovasi, meningkatkan kualitas layanan, serta menciptakan pengalaman yang berkesan bagi para tamu agar dapat mempertahankan kepuasan pelanggan (Selfianita & Chair, 2021).

Loyalitas pelanggan jangka panjang dapat ditentukan oleh kualitas layanan yang diberikan. Kualitas layanan dianggap baik dan memuaskan ketika harapan pelanggan terpenuhi oleh layanan yang mereka terima dan persepsikan. Ini akan

memuaskan pelanggan dengan menawarkan layanan terbaik yang mungkin untuk memenuhi kebutuhan mereka.

Salah satu kota yang menjadi tujuan wisata adalah kota Batam yang terletak di Provinsi Kepulauan Riau. Batam merupakan kota yang memiliki industri perhotelan yang saat ini berkembang dengan pesat. Ditengah banyaknya persaingan industri perhotelan, hotel yang dituntut untuk memberikan pelayanan yang dapat memuaskan konsumen sehingga memberikan pengalaman yang baik ialah Turi *Beach Resort* Batam. Turi *Beach Resort* Batam ini merupakan hotel bintang 4 yang berada dalam naungan CITRAMAS GROUP. *Resort* ini berlokasi di Nongsa Jl. Hang Lekiu. Turi *Beach Resort* Batam ini memiliki fasilitas akomodasi yang moderen hingga minimalis yang berjumlah 141 kamar dan menghadap kelaut, tepian pantai yang indah dan tenang adalah andalan utama *resort* ini. Dengan adanya persaingan diantara setiap hotel yang ada di kota Batam, Turi *Beach Rresort* Batam harus terus meningkatkan kualitas pelayanan serta memberikan pengalaman yang luar biasa kepada tamu yang menginap atau berkunjung, dan kualitas pelayanan yang baik bagi tamu.

Tingkat kunjungan tamu yang tercatat setiap bulan dapat membantu melihat bagaimana kinerja hotel dalam mempertahankan *occupancy*. Oleh karena itu, data kunjungan tamu disajikan pada tabel 1.1. Berikut data kunjungan tamu Turi *Beach Resort* Batam periode Juli-Desember 2024:

Table 1.1 Data Kunjungan Tamu di Turi Beach Resort Batam periode Juli-Dessemer 2024

No	Bulan	Jumlah Kamar Yang Tersedia	Total Occupancy	Persentase Hunian	Target Occupancy
1	Juli	141	2.273	52%	65-75
2	Agustus	141	2.595	59,36%	60-70
3	September	141	2.817	66,59%	60-70
4	Oktober	141	2.198	50,28%	60-65
5	November	141	2.729	64,51%	60-70
6	Desember	141	2.887	66,04%	65-75
Total			15.499	-	-

Sumber: Reservasi Turi Beach Resort Batam, 2025

Berdasarkan data di atas, tingkat kunjungan di Turi Beach Resort Batam menunjukkan pola fluktuasi selama enam bulan terakhir, dari Juli hingga Desember. Pada bulan juli hingga agustus tingkat *occupancy* cenderung stabil namun masih berada di bawah target. Selanjutnya, pada bulan september terjadi peningkatan sebesar 7,23% sehingga mampu mencapai target. Namun pada bulan oktober terjadi penurunan signifikan sebesar 16,31% dan tidak memenuhi target yang ditetapkan. Setelah itu, pada bulan november hingga desember tingkat *occupancy* kembali meningkat sebesar 14,23% dan kembali berada dalam rentang target. Dengan demikian, target *occupancy* berhasil dicapai pada bulan september, november, dan desember, sementara bulan juli, agustus, dan oktober belum mencapai target. Penurunan tersebut dapat berdampak pada pengalaman pelanggan yang menginap di Turi Beach Resort Batam, yang berpotensi dapat mempengaruhi tingkat kepuasan pelanggan (*customer satisfaction*).

Customer Satisfaction adalah hasil akumulasi dari konsumen atau pelanggan dalam menggunakan produk atau jasa. Pelanggan akan merasa puas apabila

memperoleh nilai atau manfaat dari suatu produk atau jasa (Jonathan,2013). Semakin positif pengalaman pelanggan (*customer experience*) yang dirasakan pelanggan selama berinteraksi dengan merek, produk, atau layanan, maka semakin tinggi tingkat kepuasan pelanggan (*customer satisfaction*) yang mereka rasakan terhadap perusahaan tersebut. *Customer satisfaction* diukur dengan 3 indikator yang digunakan sebagai acuan untuk menilai kepuasan pelanggan, yaitu (1) memenuhi harapan konsumen, (2) mudah didapat, (3) merekomendasikan kepada orang lain (Dea Aprilinda Putri, 2018).

Penelitian juga menemukan beberapa masalah mengenai *Customer satisfaction* di Turi Beach Resort Batam yang ditemukan melalui ulasan tamu secara online yang diduga dapat mempengaruhi pengalaman pelanggan (*customer experience*). Adapun ulasan yang penulis temukan, terkait pada indikator tercapainya harapan tamu, yaitu masih adanya keluhan dimana tidak tercapainya harapan tamu saat meminta kamar bersebelahan /*connecting room*, akan tetapi kamar yang didapati tidak bersebelahan sehingga membuat tamu merasa tidak nyaman, ulasan tersebut seperti berikut:



Saya sudah minta kamar yang bersebelahan/
connecting room, tapi setelah check in malah berbeda.
Padahal saya sudah bilang dari awal bawa keluarga
yang baru selesai operasi, dan butuh peninjauan
yang lebih maksimal. Bad.

Gambar 1. 1 Ulasan Tamu

Sumber: Traveloka, 2024

Kedua permasalahan yang telah disebutkan sebelumnya, penulis juga menemukan keluhan dari tamu terkait fasilitas *resort*, mengenai akses *buggy* dan

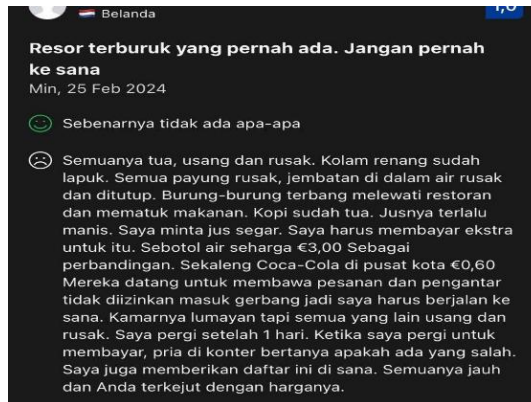
kondisi kamar, dimana tamu mengatakan bahwa layanan *buggy* waktu tunggu yang cukup lama, bahkan dapat mencapai 30 menit. Sementara itu, pada fasilitas kamar, tamu mengeluhkan bahwa tempat tidur yang disediakan merupakan dua kasur double yang disatukan, sehingga mengurangi nilai estetika dan kenyamanan tampilan kamar, ulasan tersebut seperti berikut:



Gambar 1. 2 Ulasan Tamu

Sumber: Traveloka 2024

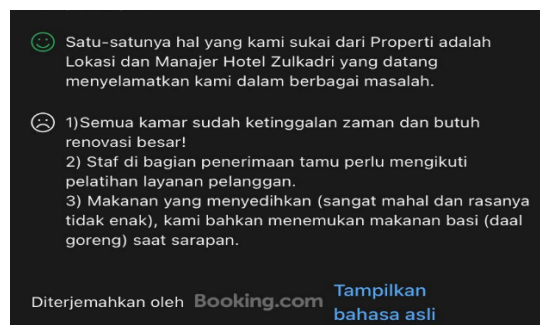
Ketiga, penulis menemukan ulasan tamu yang kecewa dan ketidakpuasan terhadap kondisi *resort* yang tidak terawat, pelayanan yang kurang responsif, serta fasilitas yang tidak sesuai harapan, sehingga menimbulkan pengalaman menginap yang negatif, serta munculnya ketidaktertarikan tamu untuk merekomendasikannya kepada orang lain. Ulasan tersebut seperti berikut:



Gambar 1. 3 Ulasan Tamu

Sumber: Traveloka 2024

Keempat, adanya ulasan tamu yang menunjukkan ketidakpuasan terhadap kondisi kamar yang sudah ketinggalan zaman dan membutuhkan renovasi, staf resepsionis yang kurang terlatih dalam pelayanan serta makanan yang dinilai mahal tidak enak dan bahkan ditemukan dalam kondisi basi. Hal ini menciptakan pengalaman menginap yang buruk meskipun manajer hotel dinilai responsif. Ulasan tersebut sebagai berikut :

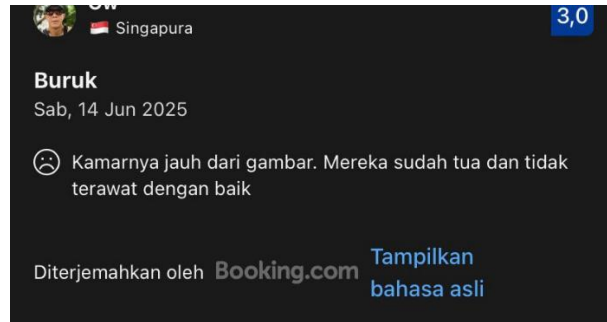


Gambar 1. 4 Ulasan Tamu

Sumber: Booking.com 2024

Kelima, ditemukannya ulasan tamu mengindikasikan ketidakpuasan terhadap kondisi kamar yang dianggap tidak sesuai dengan gambar promosi, kamar dinilai

sudah tua dan tidak terawat dengan baik, sehingga memberikan pengalaman yang buruk bagi tamu. Ulasan tersebut sebagai berikut :



Gambar 1. 5 Ulasan Tamu

Sumber: Booking.com 2025

Ulasan tersebut menunjukkan tamu yang menginap di Turi *Beach Resort* Batam karena melihat review dari sosial media, sehingga tamu memutuskan untuk menginap di Turi *Beach Resort* Batam namun ternyata tidak sesuai dengan harapan tamu, sehingga mengungkapkan rasa kekecewaannya dan tidak akan tertarik dengan promo di sosial media. Hal ini menunjukkan bahwa pengalaman pelanggan (*customer experience*) memiliki pengaruh terhadap kepuasan pelanggan (*customer satisfaction*), di mana pengalaman menginap yang kurang berkesan di Turi *Beach Resort* Batam dapat menurunkan tingkat kepuasan tamu terhadap layanan yang diberikan.

Meningkatkan pengalaman pelanggan (*customer experience*) adalah salah satu taktik yang dapat digunakan untuk mengatasi fenomena ini.. Menurut (Ali, 2013 dalam Rindy) *Customer experience* yaitu respon secara stimulus yang membentuk ikatan emotional serta rasional yang bersangkutan dengan kegiatan pemasaran sebelum serta sesudah melakukan pembelian nantinya akan terjadi peralihan informasi.

Berdasarkan fenomena yang telah dipaparkan dan hasil pengamatan langsung di lapangan, peneliti memilih judul “**Pengaruh Customer Experience Terhadap Customer Satisfaction Di Turi Beach Resort Batam**” karena ditemukannya adanya

permasalahan nyata terkait pengalaman tamu yang belum optimal. Beberapa keluhan yang muncul, seperti pelayanan staf yang kurang responsif, waktu tunggu *buggy* yang cukup lama, kondisi kamar yang mulai ketinggalan zaman, serta ketidaksesuaian antara promosi dan kondisi aktual di lapangan, menunjukkan bahwa pengalaman pelanggan masih perlu ditingkatkan. Fenomena ini juga sejalan dengan hasil ulasan tamu secara daring yang memperlihatkan adanya ketidaksesuaian antara harapan dan kenyataan saat menginap. Oleh karena itu, peneliti merasa penting untuk meneliti sejauh mana pengalaman pelanggan (*customer experience*) berpengaruh terhadap kepuasan pelanggan (*customer satisfaction*) di Turi Beach Resort Batam, serta memberikan masukan yang konstruktif bagi manajemen untuk meningkatkan kualitas layanan dan menciptakan pengalaman menginap yang berkesan.

B. Identifikasi Masalah

Berdasarkan dari latar belakang di atas, adapun identifikasi masalah yang dapat disimpulkan penulis bahwa:

1. Adanya keluhan tamu dimana tidak tercapainya harapan tamu saat meminta kamar bersebelahan / *connecting room*, tetapi yang di dapati kamar yang tidak bersebelahan sehingga membuat tamu tidak merasa nyaman.
2. Keluhan tamu mengenai fasilitas *resort*, layanan *buggy* dengan waktu tunggu yang cukup lama.
3. Kurangnya minat tamu untuk kembali atau merekomendasikan *resort* kepada orang lain, sebagai akibat dari kekecewaan yang dialami.

4. Keluhan tamu mengenai ketidak sesuaian gambar promosi dengan kamar yang ditempati oleh tamu.
5. Terdapat fasilitas kamar yang ketinggalan zaman, dimana desain interior dan kondisi fisik kamar tidak lagi memenuhi standar kenyamanan dan harapan tamu masa kini.
6. Pelayanan yang diberikan oleh staf kurang profesional

C. Batasan masalah

Berdasarkan latar belakang permasalahan dan indentifikasi masalah yang telah penulis uraikan di atas, seperti:

1. *Customer experience*
2. *Customer satisfaction*
3. Pengaruh *Customer experience* terhadap *Customer satisfaction* di Turi Beach Resort Batam.

D. Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang permasalahan, indentifikasi masalah serta batasan masalah yang telah penulis uraikan di atas, maka rumusan masalah pada penelitian ini sebagai berikut:

1. Bagaimana *Customer experience* di Turi Beach Resort Batam ?
2. Bagaimana *Customer satisfaction* di Turi Beach Resort Batam ?
3. Bagaimana pengaruh *Customer experience* terhadap *Customer satisfaction* di Turi Beach Resort Batam ?

E. Tujuan Penelitian

1. Tujuan Umum

Tujuan umum dari penelitian ini adalah untuk menganalisis pengaruh *Customer experience* terhadap *Customer satisfaction* di Turi Beach Reesort Batam.

2. Tujuan Khusus

- a. Mendeskripsikan *Customer experience* di Turi Beach Resort Batam
- b. Mendeskripsikan *Customer satisfaction* di Turi Beach Resort Batam
- c. Menganalisis pengaruh *Customer experience* terhadap *Customer satisfaction* di Turi Beach Resort Batam.

F. Manfaat Penelitian

Adapun manfaat dari penelitian ini adalah sebagai berikut:

1. Bagi Turi Beach Resort Batam

Sebagai bahan evaluasi mengenai *Customer experience* dan *Customer satisfaction* di Turi Beach Resort Batam.

2. Bagi Departemen Pariwisata Fakultas Pariwisata dan Perhotelan Sebagai sumbangan pemikiran bagi Universitas Negeri Padang, khususnya pada Departemen Pariwisata Program Studi Manajemen Perhotelan mengenai *Customer experience* dan *Customer satisfaction*.

3. Bagi Penulis

Penelitian ini menjadi sarana bagi penulis untuk menambah wawasan, membandingkan teori yang di peroleh selama perkuliahan dengan kondisi nyata di

lapangan, serta mengimplementasikan ilmu yang telah di pelajari. Selain itu, penelitian ini dilakukan sebagai salah satu syarat untuk menyelesaikan studi dan memperoleh gelar Sarjana Sains Terapan.

BAB V

KESIMPULAN DAN SARAN

A. Kesimpulan

Berdasarkan hasil penelitian dan pembahasan yang telah dilakukan sebelumnya maka dapat disimpulkan bahwa *customer experience* berpengaruh signifikan terhadap *customer satisfaction* di Turi Beach Resort Batam, dengan penjelasan sebagai berikut:

1. *Customer experience* di Turi Beach Resort Batam secara keseluruhan dari pernyataan 346 responden dapat dikategorikan baik dengan nilai persentase total tingkat capaian responden sebesar 75,71%. Indikator *emotional experience* dan *sensory experience* memperoleh penilaian positif, sementara *social experience* menjadi indikator terendah dengan persentase 74,39% yang berkaitan dengan keramahan, sopan santun, dan kepedulian staf. Kondisi ini mengindikasikan bahwa meskipun tamu merasa puas terhadap pengalaman menginap, kualitas interaksi sosial masih perlu ditingkatkan. Dengan demikian, kualitas *customer experience* di Turi Beach Resort Batam perlu ditingkatkan dari kategori "baik" menjadi "sangat baik" agar nilai yang dirasakan tamu sesuai dengan standar *resort* bintang empat dan harga kamar yang ditawarkan, sekaligus mampu memberikan pengalaman yang lebih berkesan serta melampaui ekspektasi tamu.
2. *Customer satisfaction* di Turi Beach Resort Batam secara keseluruhan dari pernyataan 346 responden dapat dikategorikan baik dengan nilai

persentase total tingkat capaian responden sebanyak 75,82%. Kepuasan ini mencerminkan terpenuhinya harapan tamu dan berpotensi membentuk loyalitas pelanggan. Namun, indikator merekomendasikan ke orang lain memperoleh persentase terendah sebesar 74,73% yang mengindikasikan masih ada tamu yang belum sepenuhnya terdorong untuk memberikan rekomendasi. Hal ini dapat mengurangi potensi *word of mouth* positif, sehingga *resort* perlu meningkatkan kualitas layanan agar kepuasan tamu dapat bertransformasi menjadi rekomendasi nyata kepada orang lain.

3. Variabel *customer experience* memberi pengaruh positif dan signifikan terhadap *customer satisfaction* dengan nilai koefisien determinasi sebesar 0,519. Ini berarti bahwa 51,9% variasi dalam keputusan tamu untuk menginap kembali dapat dijelaskan oleh pengalaman mereka selama menginap. Sedangkan 48,1% dipengaruhi oleh faktor lain yang tidak dibahas dalam penelitian ini. Faktor-faktor tersebut bisa berasal dari unsur lain dalam pelayanan dan manajemen hotel, seperti harga kamar, kualitas makanan dan minuman, kebersihan lingkungan, citra hotel, lokasi, fasilitas tambahan, kecepatan pelayanan, maupun promosi yang dilakukan pihak *resort*. Hasil ini mengindikasikan bahwa semakin baik pengalaman yang diberikan oleh *resort*, baik secara sensorik, emosional, maupun sosial, maka semakin tinggi pula tingkat kepuasan yang dirasakan oleh tamu. Untuk memperkuat hal tersebut, *resort* perlu menghadirkan pengalaman yang

lebih personal, maupun menyentuh emosi, serta memberikan nilai berbeda yang tidak ditemukan di hotel lain.

B. Saran

1. Bagi Pihak Turi *Beach Resort* Batam

Berdasarkan hasil penelitian, diketahui bahwa *customer experience* memiliki pengaruh yang signifikan terhadap *customer satisfaction*. Oleh karena itu, pihak manajemen Turi *Beach Resort* Batam disarankan untuk memperkuat aspek *customer experience*, terutama pada interaksi sosial yang masih dinilai rendah. Upaya dapat dilakukan melalui pelatihan singkat bagi staf mengenai keramahan, sopan santun, dan komunikasi empatik, serta pendekatan langsung seperti menanyakan pengalaman tamu saat sarapan agar mereka merasa lebih diperhatikan. Selain itu,, dorongan halus untuk memberikan ulasan di platform daring dan penerapan program loyalitas sederhana, misalnya late check-out gratis atau voucher diskon, dapat mendorong loyalitas serta rekomendasi tamu. Dengan langkah-langkah tersebut, kualitas *customer experience* berpotensi meningkat dari kategori ”baik” menjadi ”sangat baik” dan mampu memperkuat citra *resort*.

2. Bagi Departemen Pariwisata Fakultas Pariwisata dan Perhotelan

Disarankan agar penelitian ini menjadi bahan untuk menambah wawasan dan ilmu pengetahuan serta menjadi informasi yang memadai

khususnya bagi pihak terkait dan juga bisa dijadikan sebagai tambahan dalam bahan pembelajaran.

3. Bagi Peneliti Selanjutnya

Dengan berbagai keterbatasan dan kekurangan dalam penelitian ini, diharapkan peneliti selanjutnya akan lebih mendalam mengkaji terkait pengaruh *customer experience* terhadap *customer satisfaction* dengan objek penelitian yang berbeda. Selain itu diharapkan peneliti selanjutnya juga mengkaji variabel lain yang berkemungkinan akan memiliki pengaruh positif terhadap kepuasan pelanggan atau *customer satisfaction*.

DAFTAR PUSTAKA

- Afriansyah, B., Niarti, U., & Hermelinda, T. (2021). Analysis Of The Implementation Of The Preparation Of Financial Statements Based On Micro, Small And Medium Entity Accounting Standards (Sak Emkm). In *Science Journal* (Vol. 19, Issue 1).
- Apriasty, I., & Simbolon, M. E. (2022). 35 | *P A G E Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Kepuasan Pelanggan: Kualitas Produk, Kualitas Pelayanan Dan Harga (Literature Strategic Marketing Management)*. 1(1).
- Arikunto, Suharsimi. (2019). *Prosedur Penelitian: Suatu Pendekatan Praktik*. Jakarta: Rineka Cipta
- Aulia, R., & Yulianti, L. (2019). *Metodologi Penelitian: Panduan Praktis Penulisan Karya Ilmiah*. Yogyakarta: Deepublish.
- Bisnis, J., Pemasaran, D., & Oscar, B. (N.D.). *Pengaruh Grooming Pada Customer Relations Coordinator (Crc) Terhadap Kepuasan Pelanggan Di Pt Astra International Tbk Toyota Sales Operation (Auto2000) Pasteur Bandung*.
- Claudia Yosephine Simanjuntak, D., & Yanti Purba, P. (2020). Understanding *Customer satisfaction And Loyalty: An Empirical Study Of Mobile Instant Messages In China*. In *International Journal Of Information Management* (Vol. 7, Issue 2).
- Dea Aprilinda Putri. (2018). *Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Pelanggan Pada Konsumen Pt. Pos Indonesia (Persero) Cabang Cimahi*. Bandung: Universitas Pasundan
- Dewi, I. T., & Hasibuan, H. R. D. (2019). *Manajemen Pemasaran Strategi Memenangkan Persaingan Bisnis*. Yogyakarta: Deepublish.
- Deriyanto, D., Qorib, F., Komunikasi, J. I., Tribhuwana, U., & Malang, T. (2018). Persepsi Mahasiswa Universitas Tribhuwana Tungadewi Malang Terhadap Penggunaan Aplikasi Tik Tok. In *Jisip* (Vol. 7, Issue 2). www.Publikasi.Unitri.Ac.Id
- Dilasari, E. M., Yosita, G., & Sanjaya, V. F. (2022). Pengaruh Cita Rasa Dan Promosi Melalui Media Sosial Terhadap Keputusan Pembelian Konsumen Kopi Janji Jiwa Bandar Lampung. *Revenue: Jurnal Manajemen Bisnis Islam*, 3(1), 25–42.
- Devya, N. R. D. S., Handayani, D., & Fatchurrochman, I. (2022). Pengaruh Kualitas Pelayanan, Harga, Dan Persepsi Biaya Terhadap Kepuasan Pelanggan Di Go-Jek Surabaya. *Jurnal Ilmu Manajemen*, 10(1), 59–67.

- Felix, A., Felina, S., & Claudia Natalie, C. (2024). Memahami Kepuasan Pelanggan : Mengeksplorasi *Customer experience* Dengan Pendekatan Observasi Online. *Economics And Digital Business Review*, 5.
- Ghozali, Imam. (2018). Aplikasi Analisis Multivariate Denganprogram Ibm Spss25. Semarang: Badan Penerbit Universitas Diponegoro
- Gustini, N., Permatasari, I., & Rahmawati, F. (2022). Pengaruh Kualitas Layanan Dan Harga Terhadap Kepuasan Pelanggan Pada Konsumen Shopee Di Kota Bandung. *Jurnal Ilmu Manajemen Dan Bisnis*, 13(2), 112–120. <https://doi.org/10.12345/jimb.V13i2.6789>
- Hakiki, O. R., Robith Setiana, A., Tinggi, S., Ekonomi, I., & Mubarokiyah, L. (2023). Pengaruh Gaya Kepemimpinan Terhadap Kinerja Pegawai Pada Unit Pelaksana Teknis Daerah Pusat Kesehatan Masyarakat (Uptd Puskesmas) Pagerageung Kabupaten Tasikmalaya. *Cetak) Journal Of Innovation Research And Knowledge*, 2(8).
- Handrian Meylano, N., Yoseph Darius Purnama Rangga, M., & Yosef Tonce, M. (N.D.). *Emotional Branding* Penerbit Cv.Eureka Media Aksara.
- Indrasari, M. (2019). *Manajemen Pemasaran: Teori Dan Aplikasi Untuk Bisnis*. Yogyakarta: Deepublish.
- Indrawan Sanny, B., Kaniawati Dewi, R., & Oleh Politeknik Dharma Patria Kebumen, D. (2020). *Jurnal E-Bis (Ekonomi-Bisnis) Pengaruh Net Interest Margin (Nim) Terhadap Return On Asset (Roa) Pada Pt Bank Pembangunan Daerah Jawa Barat Dan Banten Tbk Periode 2013-2017*. 4(1), 78–87.
- Irawan, Handi D. 2009. 10 Prinsip Kepuasan Pelanggan. Edisi Kedua 2002. Jakarta: Elex Media Komputindo.
- Japariato, E., & Nugroho, B. W. (N.D.). *Analisa Customer experience Terhadap Customer Loyalty Melalui Customer satisfaction Pada Maskapai Penerbangan Garuda Indonesia*.
- Jonathan, H. (2013). Analisis Pengaruh E-Service Quality Terhadap *Customer satisfaction* Yang Berdampak Pada Customer Loyalty Pt Bayu Buana Travel Tbk. In *Journal The Winners* (Vol. 14, Issue 2).
- Kotler, P., & Keller, K. L. (2009). *Manajemen Pemasaran* (Edisi Ke-13, Jilid 1). Jakarta: Erlangga
- Kotler, P., & Armstrong, G. (2018). *Principles Of Marketing* (17th Ed.). Boston: Pearson Education.

- Maghfira Napu, D., & Nurhidayat, W. (2023). *Pengantar Bisnis Pariwisata: Perhotelan, Food And Beverage Service, Dan Pengembangan Destinasi Wisata*. <https://www.researchgate.net/publication/371123648>
- Mariansyah, A., & Syarif, A. (2020). *Pengaruh Kualitas Produk, Kualitas Pelayanan, Dan Harga Terhadap Kepuasan Konsumen Cafe Kabalu*. 3(2).
- Meyer, C., & Schwager, A. (2007). *Understanding Customer experience*. Harvard Business Review, 85(2), Pp.116-126.
- Moha, S., Loindong, S., Ekonomi, F., Bisnis, D., Manajemen, J., Sam, U., & Manado, R. (2016). Analisis Kualitas Pelayanan Dan Fasilitas Terhadap Kepuasan Konsumen Pada Hotel Yuta Di Kota Manado The Analysis Of Service Quality On *Customer satisfaction* And Facilities In Hotel Yuta Manado. In Moha., Sj. Loindong. *Analisis Kualitas Pelayanan... Jurnal Emba* (Vol. 575, Issue 1).
- Mulyani, F., & Wulansari, N. (N.D.). *Pengaruh Customer experience Dan Variasi Menu Breakfast Terhadap Repurchase Intention Tamu Di Truntum Hotel Padang*. 6, 2023.
- Payne, A., & Frow, P. (2007). "A Strategic Framework For Customer Relationship Management", *Journal Of Marketing*, 69, 167-176.
- Pranitasari, D., Sihotang, S., Prastuti, D., Hermastuti, P., Siti Saodah, E., Harini, S., Tinggi Ilmu Ekonomi Indonesia Jakarta, S., & Djuanda Bogor, U. (2020). *The Effect Of Customer satisfaction In Mediation Of Customer Relationship Management On Customer Loyalty During Pandemic*. www.inewsotomotif.id
- Rindy, Praditha. 2022. "Pengaruh *Customer experience* Terhadap Loyalitas Pelanggan Dengan *Customer satisfaction* Sebagai Variabel Intervening Butik Plus Gallery Medan Skripsi Oleh : Rindy Pradhita Program Studi Manajemen Fakultas Ekonomi Dan Bisnis Universitas Medan Area Medan Sat."
- Sanny, Bisma Indrawan, And Rina Kaniawati Dewi. "Jurnal E-Bis (Ekonomi-Bisnis) Pengaruh Net Interest Margin (Nim) Terhadap Return On Asset (Roa) Pada." (2020): 78-87.
- Schmitt, Bernd. H. 1999. *Experiential Marketing ; How To Get Sense, Feel, Think, Act, And*
- Semuel, H., & Audrey, Y. (N.D.). *Pengaruh Product Quality Terhadap Word of mouth Dan Customer satisfaction Sebagai Mediasi Pada Customer Greenly Surabaya*.

- Senjaya, V., Samuel, H., & Dharmayanti, D. (2020). Pengaruh *Customer experience* Quality Terhadap *Customer satisfaction* & Customer Loyalty Di Kafe Excelso Tunjungan Plaza
- Sugiyono. (2017). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif Dan R&D*. Bandung: Alfabeta. Surabaya: Perspektif B2c. *Journal Of Manajemen Pemasaran Petra*, Volume 1 (Nomor 1), Hal. 1-15.
- Sugiyono. (2018). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, Dan R&D*. Bandung: Alfabeta.
- Sugiyono. (2019). *Metode Penelitian Kombinasi (Mix Methods)*. Bandung: Alfabeta
- Sugiyono. (2010). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, Dan R&D*. Bandung: Alfabeta.
- Terblanche, N. S. (2009). *Customer experiences, Interactions, Relationships And Corporate Reputation*. *Journal Of General Management*, 35(1).
- Tjiptono, Fandy. (2011). *Prinsip-Prinsip Total Quality Service* Yogyakarta: Cv Andi. (Tqs).
- Ulang, P., Warung, P., Pak, L., Elisa, B., Anggraini, C., Jauhari, A., & Saputra, B. M. (2023). E-Issn2988-5418. *Jurnal Penelitian Manajemen Dan Inovasi Riset*, 1(5), 373–384. <https://doi.org/10.61132/Lokawati.V1i5>
- Wahyuddin, R., Sucipto, A., & Susanto, T. (2022). Pemanfaatan Teknologi Augmented Reality Dengan Metode Multiple Marker Pada Pengenalan Komponen Komputer. *Jurnal Informatika Dan Rekayasa Perangkat Lunak*, 3(3), 278–285.
- Watkins, H. (2007). How To Drive Loyalty Through Fantastic *Customer experiences*. Kae: Marketing Intelligence.
- Wiyata, M. T., Putri, E. P., & Gunawan, C. (2020). *Pengaruh Customer experience, Ease Of Use, Dan Customer Trust Terhadap Repurchase Intention Konsumen Situs Jual Beli Online Shopee Di Kalangan Mahasiswa Kota Sukabumi*. 3(1).
- Xie, C., Jin, J., & Guo, X. (2022). Impact Of The Critical Factors Of *Customer experience* On Well-Being: Joy And *Customer satisfaction* As Mediators. *Frontiers In Psychology*, 13, 955130. <https://doi.org/10.3389/Fpsyg.2022.955130>