

PENGARUH *CUSTOMER EXPERIENCE* MELALUI *CUSTOMER SATISFACTION* TERHADAP *REVISIT INTENTION* PADA HOTEL KAPSUL DI KOTA BANDUNG

SKRIPSI

Diajukan untuk Memenuhi Syarat Memperoleh Gelar Sarjana Pariwisata (S.Par.)
Program Studi Manajemen Resort dan Leisure



oleh
Lusiana Aqilah Utami
NIM 1903026

**PRODI MANAJEMEN RESORT DAN LEISURE
FAKULTAS PENDIDIKAN ILMU PENGETAHUAN SOSIAL
UNIVERSITAS PENDIDIKAN INDONESIA
BANDUNG
2023**

PENGARUH *CUSTOMER EXPERIENCE* MELALUI *CUSTOMER SATISFACTION* TERHADAP *REVISIT INTENTION* PADA HOTEL KAPSUL DI KOTA BANDUNG

oleh
Lusiana Aqilah Utami

Sebuah skripsi yang diajukan untuk memenuhi salah satu syarat memperoleh gelar Sarjana Pariwisata pada Fakultas Pendidikan Ilmu Pengetahuan Sosial

© Lusiana Aqilah Utami
Universitas Pendidikan Indonesia
Agustus 2023

Hak Cipta dilindungi undang-undang
Skripsi ini tidak boleh diperbanyak seluruhnya atau sebagian, dengan dicetak ulang, difotokopi atau cara lainnya tanpa izin dari penulis.

LEMBAR PENGESAHAN

PENGARUH *CUSTOMER EXPERIENCE* MELALUI *CUSTOMER SATISFACTION* TERHADAP *REVISIT INTENTION* PADA HOTEL KAPSUL DI KOTA BANDUNG

Lusiana Aqilah Utami

NIM 1903026

Skripsi ini disetujui dan disahkan oleh:

Pembimbing I,



Ghoitsa Rohmah Nurazizah, S.Par., M.Si.

NIP 19880703 201504 2 002

Pembimbing II,



Rosita, S.S., MA

NIP 19781019 200604 2 00 1

Mengetahui,

Ketua Program Studi Manajemen Resort dan Leisure,



Dr. Erry Sukriah, S.E., M.SE

NIP 19791215 200812 2 002

Lusiana Aqilah Utami, 2023

Pengaruh Customer Experience Melalui Customer Satisfaction Terhadap Revisit Intention Pada Hotel Kapsul di Kota Bandung

Universitas Pendidikan Indonesia | repository.upi.edu | perpustakaan.upi.edu

ABSTRAK

PENGARUH *CUSTOMER EXPERIENCE* MELALUI *CUSTOMER SATISFACTION* TERHADAP *REVISIT INTENTION* PADA HOTEL KAPSUL DI KOTA BANDUNG

Oleh:

Lusiana Aqilah Utami

1903026

Hotel kapsul merupakan jenis akomodasi yang mulai banyak tersebar dan diminati oleh banyak wisatawan di Kota Bandung. Akan tetapi, ulasan buruk mengenai pengalaman tamu masih dapat ditemukan, hal tersebut membuat tamu merasa tidak puas serta tidak merekomendasikan hotel kapsul. Tujuan dari penelitian ini yaitu untuk mengidentifikasi gambaran *customer experience*, *customer satisfaction* dan *revisit intention* pada hotel kapsul di Kota Bandung, serta untuk mengetahui pengaruh *customer experience* terhadap *revisit intention* melalui *customer satisfaction*. Dalam penelitian ini, digunakan pendekatan kuantitatif dan jenis penelitian deskriptif. Teknik analisis data penelitian ini menggunakan Analisis Jalur (*Path Analysis*), dikarenakan terdapat variabel *intervening*. Populasi penelitian ini ialah para tamu yang pernah menginap di hotel kapsul yang berlokasi di Kota Bandung. Sampel yang diambil dalam penelitian ini adalah 154 responden. Instrumen penelitian ini berupa kuesioner yang disebarakan pada berbagai media sosial. Data yang diperoleh dari kuesioner, diolah menggunakan IBM SPSS versi 29. Pada penelitian ini ditemukan beberapa temuan atau hasil. Kesatu, *customer experience* dan *customer satisfaction* tamu berada pada tingkat tinggi. Kedua, *revisit intention* tamu hotel kapsul berada pada tingkat sangat tinggi. Ketiga, *customer experience* berpengaruh positif dan signifikan terhadap *customer satisfaction*. Keempat, *customer experience* berpengaruh positif dan signifikan terhadap *revisit intention*. Kelima, *customer satisfaction* berpengaruh positif dan signifikan terhadap *revisit intention*. Keenam, pengaruh *customer experience* terhadap *revisit intention* melalui *customer satisfaction*. Berdasarkan pada masalah atau keluhan yang ada, pengelola hotel kapsul perlu memperbaiki fasilitas kamar agar dapat meningkatkan pengalaman, kepuasan dan niat berkunjung kembali.

Kata kunci: *customer experience*, *customer satisfaction*, *revisit intention*, hotel kapsul Kota Bandung

ABSTRACT

THE INFLUENCE OF CUSTOMER EXPERIENCE THROUGH CUSTOMER SATISFACTION ON REVISIT INTENTION AT CAPSULE HOTELS IN BANDUNG CITY

Lusiana Aqilah Utami

1903026

Capsule hotels are a new lodging option gaining popularity among travelers in Bandung City. However, negative guest experiences can still be discovered, leading to disappointment and dislike of capsule hotels. The purpose of this research was to determine the description of customer experience, customer satisfaction, and revisit intention at capsule hotels in Bandung City, as well as the effect of customer experience on revisit intention via customer satisfaction. This research used a quantitative approach with a descriptive research type. The data analysis technique of this research utilized Path Analysis because there were intervening variables. The population in this research were visitors who stayed in Bandung City capsule hotels. The sample taken in this research was 154 respondents. The research instrument took the shape of a questionnaire, which was circulated over several social media platforms. The questionnaire data was processed using IBM SPSS version 29. In this research, several findings were found. First, guest customer experience and customer satisfaction were at a high level. Second, capsule hotel guests' revisit intention was at a very high level. Third, customer experience had a positive and significant effect on customer satisfaction. Fourth, customer experience had a positive and significant effect on revisit intention. Fifth, customer satisfaction had a positive and significant effect on revisit intention. Sixth, the influence of customer experience on revisit intention through customer satisfaction. The capsule hotel managers are advised to enhance room facilities to enhance customer experience, satisfaction, and repeat visits.

Keywords: Bandung City capsule hotel, customer experience, customer satisfaction, revisit intention

DAFTAR ISI

LEMBAR PENGESAHAN	i
PERNYATAAN ORISINALITAS	ii
KATA PENGANTAR	iii
UCAPAN TERIMA KASIH.....	iv
ABSTRAK	v
<i>ABSTRACT</i>	vi
DAFTAR ISI.....	vii
DAFTAR TABEL.....	xi
DAFTAR GAMBAR	xii
DAFTAR LAMPIRAN.....	xiv
BAB I PENDAHULUAN.....	1
1.1 Latar Belakang Penelitian	1
1.2 Rumusan Masalah	6
1.3 Tujuan Penelitian.....	6
1.4 Manfaat Penelitian.....	7
1.4.1 Manfaat Teoretis.....	7
1.4.2 Manfaat Praktis.....	7
1.4.3 Manfaat Kebijakan	8
1.4.4 Manfaat Isu dan Aksi Sosial.....	8
1.5 Sistematika Penulisan Skripsi	8
BAB II KAJIAN PUSTAKA	10
2.1 Konsep Hotel.....	10
2.2 Konsep <i>Customer Experience</i>	11
2.2.1 Definisi <i>Customer Experience</i>	13
2.2.2 Dimensi <i>Customer Experience</i>	14
2.3 Konsep <i>Customer Satisfaction</i>	19
2.3.1 Definisi <i>Customer Satisfaction</i>	23
2.3.2 Dimensi <i>Customer Satisfaction</i>	23
2.4 Konsep <i>Revisit Intention</i>	25

2.4.1	Definisi <i>Revisit Intention</i>	27
2.4.2	Dimensi <i>Revisit Intention</i>	27
2.5	Kaitan Antar Variabel	28
2.6	Penelitian Terdahulu	29
2.7	Paradigma Penelitian.....	33
2.8	Kerangka Pemikiran.....	34
2.9	Hipotesis Penelitian.....	35
BAB III METODOLOGI PENELITIAN.....		36
3.1	Desain Penelitian.....	36
3.1.1	Metode Penelitian.....	36
3.1.2	Pendekatan Penelitian.....	36
3.2	Objek dan Subjek Penelitian	36
3.3	Tempat, Waktu dan Partisipan Penelitian	37
3.4	Populasi dan Sampel Penelitian	38
3.5	Variabel Penelitian	39
3.6	Jenis Data	42
3.7	Instrumen Penelitian.....	43
3.8	Teknik Pengumpulan Data	44
3.9	Teknik Pengolahan Data	45
3.10	Teknik Analisis Data.....	46
3.10.1	Analisis Data Deskriptif	46
3.10.2	Uji Asumsi Klasik	47
3.10.2.1	Uji Normalitas.....	47
3.10.2.2	Uji Multikolinearitas	47
3.10.2.3	Uji Heterokedastisitas	48
3.11	Pengujian Validitas dan Reliabilitas	48
3.11.1	Uji Validitas.....	49
3.11.2	Uji Reliabilitas.....	51
3.12	Uji Hipotesis.....	53
3.12.1	Uji Parsial (Uji t)	53
3.12.2	Uji Simultan (Uji F).....	54

3.12.3 Uji Koefisien Determinasi (R^2)	54
3.13 Analisis Jalur (<i>Path Analysis</i>)	55
BAB IV HASIL DAN PEMBAHASAN	58
4.1 Profil Hotel Kapsul di Kota Bandung	58
4.2 Profil Responden	65
4.2.1 Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis Kelamin.....	65
4.2.2 Karakteristik Responden Berdasarkan Usia	66
4.2.3 Karakteristik Responden Berdasarkan Domisili.....	67
4.2.4 Karakteristik Responden Berdasarkan Pendidikan.....	68
4.2.5 Karakteristik Responden Berdasarkan Pekerjaan.....	69
4.2.6 Karakteristik Responden Berdasarkan Pendapatan	70
4.2.7 Karakteristik Responden Berdasarkan Lama Menginap Perkedatangan 70	
4.2.8 Karakteristik Responden Berdasarkan Tujuan Menginap	71
4.2.9 Karakteristik Responden Berdasarkan Pendamping Menginap	71
4.2.10 Karakteristik Responden Berdasarkan Frekuensi Menginap.....	72
4.2.11 Karakteristik Responden Berdasarkan Hotel Kapsul Pilihan	73
4.3 Analisis Data Deskriptif	73
4.3.1 Tanggapan Responden Mengenai Variabel <i>Customer Experience</i>	73
4.3.2 Tanggapan Responden Mengenai Variabel <i>Customer Satisfaction</i>	77
4.3.3 Tanggapan Responden Mengenai Variabel <i>Revisit Intention</i>	79
4.4 Pengaruh <i>Customer Experience</i> dan <i>Customer Satisfaction</i> terhadap <i>Revisit Intention</i>	82
4.4.1 Uji Asumsi Klasik	82
4.4.1.1 Uji Normalitas	82
4.4.1.2 Uji Multikolinearitas.....	83
4.4.1.3 Uji Heterokedastisitas.....	84
4.4.2 Hasil Analisis Korelasi	85
4.4.3 Hasil Analisis Jalur Persamaan I	86
4.4.3.1 Hasil Uji Parsial (Uji t).....	86
4.4.3.2 Hasil Koefisien Determinasi.....	87

4.4.3.3 Persamaan Analisis Jalur (<i>Path Analysis</i>)	88
4.4.4 Hasil Analisis Jalur Persamaan II	89
4.4.4.1 Hasil Uji Parsial (Uji t)	89
4.4.4.2 Hasil Uji Simultan (Uji f)	90
4.4.4.3 Hasil Koefisien Determinasi	92
4.4.4.4 Persamaan Analisis Jalur (<i>Path Analysis</i>)	93
4.4.5 Rincian Pengaruh Antar Variabel Penelitian	94
4.4.6 Hasil Uji Hipotesis	95
4.4.7 Pembahasan	96
4.4.7.1 Pengaruh <i>Customer Experience</i> Terhadap <i>Customer Satisfaction</i>	
96	
4.4.7.2 Pengaruh <i>Customer Experience</i> Terhadap <i>Revisit Intention</i>	98
4.4.7.3 Pengaruh <i>Customer Satisfaction</i> Terhadap <i>Revisit Intention</i>	99
4.4.7.4 Pengaruh <i>Customer Experience</i> Melalui <i>Customer Satisfaction</i>	
Terhadap <i>Revisit Intention</i>	101
BAB V PENUTUP	103
5.1 Simpulan	103
5.2 Implikasi	103
5.2.1 Implikasi Teoretis	104
5.2.2 Implikasi Praktis	104
5.3 Rekomendasi	104
DAFTAR PUSTAKA	106
LAMPIRAN	120

DAFTAR TABEL

Tabel 1.1 Data Hotel dan Penginapan Kota Bandung Tahun 2022	3
Tabel 2.1 Penelitian Terdahulu	29
Tabel 3.1 Profil Hotel Kapsul di Kota Bandung	37
Tabel 3.2 Operasionalisasi Variabel	40
Tabel 3.3 Jenis dan Sumber Data	42
Tabel 3.4 Kriteria Persentase	47
Tabel 3.5 Hasil Uji Validitas.....	49
Tabel 4.1 Tabel Persentase Responden Berdasarkan Jenis Kelamin	65
Tabel 4.2 Tabel Persentase Responden Berdasarkan Usia.....	66
Tabel 4.3 Tabel Persentase Responden Berdasarkan Domisili	67
Tabel 4.4 Tabel Persentase Responden Berdasarkan Pendidikan Terakhir	68
Tabel 4.5 Tabel Persentase Responden Berdasarkan Pekerjaan	69
Tabel 4.6 Tabel Persentase Responden Berdasarkan Pendapatan	70
Tabel 4.7 Tabel Persentase Responden Berdasarkan Lama Menginap.....	70
Tabel 4.8 Tabel Persentase Responden Berdasarkan Tujuan Menginap	71
Tabel 4.9 Tabel Persentase Responden Berdasarkan Pendamping Menginap.....	71
Tabel 4.10 Tabel Persentase Responden Berdasarkan Frekuensi Menginap.....	72
Tabel 4.11 Tabel Persentase Responden Berdasarkan Hotel Kapsul Pilihan	73
Tabel 4.12 Tabel Hasil Tanggapan Responden Mengenai <i>Customer Experience</i>	74
Tabel 4.13 Tabel Hasil Tanggapan Responden Mengenai <i>Customer Satisfaction</i>	77
Tabel 4.14 Tabel Hasil Tanggapan Responden Mengenai <i>Revisit Intention</i>	80
Tabel 4.15 Analisis Korelasi	86
Tabel 4.16 Pengaruh Antar Variabel.....	94

DAFTAR GAMBAR

Gambar 1.1 Persentase Ulasan OTA Pada Hotel Kapsul di Kota Bandung	4
Gambar 2.1 Paradigma Penelitian.....	34
Gambar 2.2 Kerangka Konseptual	34
Gambar 3.1 Hasil Uji Reliabilitas Variabel Customer Experience.....	52
Gambar 3.2 Hasil Uji Reliabilitas Variabel Customer Satisfaction.....	52
Gambar 3.3 Hasil Uji Reliabilitas Variabel Revisit Intention.....	52
Gambar 3.4 Diagram Jalur Hubungan Antar Variabel.....	55
Gambar 3.5 Model Persamaan Jalur I.....	56
Gambar 3.6 Model Persamaan Jalur II.....	56
Gambar 4.1 Kamar atau Pods Bobobox	61
Gambar 4.2 Kamar INAP at Capsule Hostel	61
Gambar 4.3 Kamar Temmu Co-Living.....	62
Gambar 4.4 Kamar Tokyo Cubo.....	63
Gambar 4.5 Kamar Shakti Capsule Hotel	63
Gambar 4.6 Kamar Buton Backpacker Lodge	64
Gambar 4.7 Kamar Tab Capsule Compact	64
Gambar 4.8 Kamar Capsule on the Go	65
Gambar 4.9 Garis Kontinum Variabel Customer Experience.....	77
Gambar 4.10 Garis Kontinum Variabel Customer Satisfaction.....	79
Gambar 4.11 Garis Kontinum Variabel Revisit Intention	82
Gambar 4.12 Hasil Uji Normalitas Persamaan I.....	82
Gambar 4.13 Hasil Uji Normalitas Persamaan II.....	83
Gambar 4.14 Hasil Uji Multikolinearitas Persamaan I	83
Gambar 4.15 Hasil Uji Multikolinearitas Persamaan II.....	84
Gambar 4.16 Hasil Uji Heterokedastisitas Persamaan I	84
Gambar 4.17 Hasil Uji Heterokedastisitas Persamaan II.....	85
Gambar 4.18 Hasil Analisis Korelasi.....	85
Gambar 4.19 Hasil Uji Parsial Persamaan I.....	86
Gambar 4.20 Tabel Distribusi t tabel Persamaan I	86

Lusiana Aqilah Utami, 2023

Pengaruh Customer Experience Melalui Customer Satisfaction Terhadap Revisit Intention Pada Hotel Kapsul di Kota Bandung

Universitas Pendidikan Indonesia | repository.upi.edu | perpustakaan.upi.edu

Gambar 4.21 Hasil Koefisien Determinasi Persamaan I.....	87
Gambar 4.22 Hubungan Jalur Persamaan I.....	89
Gambar 4.23 Hasil Uji Parsial Persamaan I.....	89
Gambar 4.24 Tabel Distribusi t tabel Persamaan II.....	90
Gambar 4.25 Hasil Uji Simultan Persamaan II.....	91
Gambar 4.26 Tabel Distribusi f tabel Persamaan II.....	91
Gambar 4.27 Hasil Koefisien Determinasi Persamaan II.....	92
Gambar 4.28 Hubungan Jalur Persamaan II.....	94

DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran 1 Penyebaran Kuesioner Melalui Mention dan DM Twitter	121
Lampiran 2 Penyebaran Kuesioner Melalui DM TikTok	122
Lampiran 3 Penyebaran Kuesioner Melalui DM Instagram	122
Lampiran 4 Kuesioner Penelitian.....	123
Lampiran 5 Data Kuesioner	127
Lampiran 6 Hasil Analisis Data SPSS	133
Lampiran 7 Surat Keputusan Dosen Pembimbing	139
Lampiran 8 Riwayat Hidup.....	139

DAFTAR PUSTAKA

- Adiharsa, R. P. (2021). *Pengaruh Customer Satisfaction Dan Customer Experience Terhadap Revisit Intention Dengan Brand Awareness Sebagai Variabel Moderasi*.
- Aisyah, S., Saputra, E., Rozanda, N. E., & Ahsyar, T. K. (2021). Evaluasi Usability Website Dinas Pendidikan Provinsi Riau Menggunakan Metode System Usability Scale. *Jurnal Ilmiah Rekayasa Dan Manajemen Sistem Informasi*, 7(2), 125–132. <https://disdik.riau.go.id>.
- Alvianna, S., & Alviandra, R. (2020). Pengaruh Destinasi Wisata dan Kepuasan Wisatawan Terhadap Minat Berkunjung Kembali di Kampung Wisata Topeng Malang. *SENIORITA: Seminar Nasional Kepariwisata*, 1(1), 248–257.
- Amornpornwiwat, N., & Kapasuwan, S. (2018). Tourists' Perceptions of and Intentions-to-Stay at a Capsule Hotel in Bangkok. In *Contemporary Challenges of Climate Change, Sustainable Tourism Consumption, and Destination Competitiveness* (pp. 79–99). <https://doi.org/10.1108/s1871-317320180000015010>
- An, S., Suh, J., & Eck, T. (2019). Examining Structural Relationships Among Service Quality, Perceived Value, Satisfaction and Revisit Intention for Airbnb Guests. *International Journal of Tourism Sciences*, 19(3), 145–165. <https://doi.org/10.1080/15980634.2019.1663980>
- Arifin, A. S. (2019). E-Wom, Minat Berkunjung Dan Destination Image: Pengaruh Electronic Word-of-Mouth Terhadap Minat Berkunjung Melalui Destination Image. *KAGHAS: Jurnal Ilmu Komunikasi Universitas Sriwijaya*, 1(2), 60–69.
- Arifin, F. (2022). *10 Hotel Kapsul di Bandung, Harga Per Malam Mulai Rp100 Ribu*. <https://id.theasianparent.com/hotel-kapsul-di-bandung>
- Baaq, S. H., Fadila, S., Rahmawati, E. D., & Admadianto, H. N. (2022). Peran Kepuasan Dan Motivasi Pengunjung Terhadap Niat Berkunjung Kembali Ke Taman Satwa Taru Jurug. *Jurnal Ekonomi Dan Manajemen*, 2(4), 14–24.

- Baiti, M., Purba, S. A., & Yandi, F. S. (2018). Pengaruh Lokasi, Harga dan Fasilitas Hotel terhadap Keputusan Menginap Pelanggan. *Jurnal Ilmiah Akuntansi Dan Pariwisata*, *1*(2), 47–58.
- Barusman, T. M. V., Barusman, A. R. P., Warganegara, T. L., & Marcellino, R. (2022). Pengaruh Store Atmosphere dan Customer Experience Terhadap Customer Revisit Intention Pada Coffee Shop di Bandar Lampung. *Jurnal Manajemen*, *11*(1), 1–8. www.ico.org/trade_statistics.asp/2021
- Bascur, C., & Rusu, C. (2020). Customer experience in retail: A systematic literature review. *Applied Sciences (Switzerland)*, *10*(21), 1–18. <https://doi.org/10.3390/app10217644>
- Bueno, E. V., Brenner, T., Weber, B., Luiz, E., & Kato, H. T. (2019). Measuring customer experience in service : A systematic review Measuring customer experience in service : A systematic review. *The Service Industries Journal*, *2069*. <https://doi.org/10.1080/02642069.2018.1561873>
- Bueno, E. V., Weber, T. B. B., Bomfim, E. L., & Kato, H. T. (2019). Measuring customer experience in service: A systematic review. *Service Industries Journal*, *39*(11–12), 779–798. <https://doi.org/10.1080/02642069.2018.1561873>
- Bundawi, D., Arief, R. F., & Ariyanto, H. H. (2022). Pengaruh Revisit Intention yang dimediasi oleh Satisfaction Terhadap Fastfood di Sanctuary Batam. *Jurnal Ekonomi & Ekonomi Syariah*, *5*(2), 1585–1597. <https://doi.org/10.36778/jesya.v5i2.768>
- Bustamante, J. C., & Rubio, N. (2017). Measuring customer experience in physical retail environments. *Journal of Service Management*, *28*(5), 884–913. <https://doi.org/10.1108/JOSM-06-2016-0142>
- Cahyani, A., Made, I., Gunadi, A., & Mbulu, Y. P. (2019). Pengaruh Customer Experience Terhadap Repurchase Intention Pada Pt. Traveloka Indonesia. *Jurnal Sains Terapan Pariwisata*, *4*(1), 25–36. www.traveloka.com
- Cakici, A. C., Akgunduz, Y., & Yildirim, O. (2019). *The impact of perceived price justice and satisfaction on loyalty : the mediating effect of revisit intention*. <https://doi.org/10.1108/TR-02-2018-0025>

- Cetin, G., & Walls, A. (2016). Understanding the Customer Experiences from the Perspective of Guests and Hotel Managers: Empirical Findings from Luxury Hotels in Istanbul, Turkey. *Journal of Hospitality Marketing and Management*, 25(4), 6–29. <https://doi.org/10.1080/19368623.2015.1034395>
- Chan, S. (2018a). *FACTORS AFFECTING REVISIT INTENTION WITH CUSTOMER SATISFACTION AS A MEDIATING VARIABLE IN ECO FRIENDLY RESORTS*. 9(1), 1–13.
- Chan, S. (2018b). Factors Affecting Revisit Intention With Customer Satisfaction As a Mediating Variable in Eco Friendly Resorts. *Jurnal Manajemen Inovasi*, 9(1), 1–13.
- Chen, H. J., Wong, S. W., Bilgihan, A., & Okumus, F. (2020). Capsule hotels: Offering Experiential Value or perceived as risky by tourists? An optimum stimulation level model. *International Journal of Hospitality Management*, 86. <https://doi.org/10.1016/j.ijhm.2019.102434>
- Chen, H., Wen, S., Bilgihan, A., & Okumus, F. (2020). Offering Experiential Value or perceived as risky by tourists? An optimum stimulation level model. *International Journal of Hospitality Management*, 86(April 2019), 102434. <https://doi.org/10.1016/j.ijhm.2019.102434>
- Chen, S., & Wei, H. (2022). Minimalism in capsule hotels: Enhancing tourist responses by using minimalistic lifestyle appeals congruent with brand personality. *Tourism Management*, 93, 104579. <https://doi.org/10.1016/J.TOURMAN.2022.104579>
- Chiang, C. F. (2018). Influences of Price, Service Convenience, and Social Servicescape on Post-Purchase Process of Capsule Hotels. *Asia Pacific Journal of Tourism Research*, 23(4), 373–384. <https://doi.org/10.1080/10941665.2018.1444649>
- Chotimah, S., & Wahyudi, H. D. (2019). Pengaruh Perceived Value Terhadap Revisit Intention: Mediasi Customer Satisfaction Pada Pengunjung Jawa Timur Park I Batu. *Ekonomi Bisnis*, 24(1), 1. <https://doi.org/10.17977/um042v24i1p1-11>
- Chun, S. H., & Nyam-Ochir, A. (2020). The Effects of Fast Food Restaurant Attributes on Customer Satisfaction, Revisit Intention and Recommendation

- Using DINESERV Scale. *Sustainability (Switzerland)*, 12(18), 1–19.
<https://doi.org/10.3390/SU12187435>
- Coban, O., & Yetis, S. A. (2019). *THE EFFECT OF CUSTOMERS' HOTEL EXPERIENCE ON SATISFACTION: THE MEDIATING ROLE OF MEMORABILITY* (Issue 9) [Nevşehir Hacı Bektaş Veli Üniversitesi].
<https://orcid.org/0000-0002-8792-9079>
- Darma, B. (2021). *STATISTIKA PENELITIAN MENGGUNAKAN SPSS (Uji Validitas, Uji Reliabilitas* (1st ed.). Guepedia.
https://books.google.co.id/books?hl=id&lr=&id=acpLEAAAQBAJ&oi=fnd&pg=PA3&dq=uji+validitas+dan+reliabilitas&ots=IYq3TYls04&sig=cqxrwi3xoNhxT9XC7G6gt7aokG0&redir_esc=y#v=onepage&q=uji%20validitas%20dan%20reliabilitas&f=false
- Davidson, H. (2020). *Perancangan Hotel Kapsul di Kota Medan dengan Pendekatan Arsitektur Melayu Deli*.
- Djimantoro, S., & Chandra, E. (2019). ANALISA PENGARUH KUALITAS LAYANAN, LOKASI, HARGA DAN PRODUK TERHADAP MINAT PEMBELIAN ULANG TURIS LOKAL. *Jurnal Hospitality Dan Manajemen Jasa*, 7(1), 155–169.
- Fajrin, A. R., Wijayanto, G., & Kornita, S. E. (2021). Pengaruh Fasilitas dan Lokasi terhadap Kepuasan dan Minat Berkunjung Kembali Wisatawan Candi Muara Takus Kecamatan XIII Koto Kampar Kabupaten Kampar. *Jurnal Ekonomi KIAT*, 32(1), 40–47. <https://journal.uir.ac.id/index.php/kiat>
- Fatika, B. D. A., Sulhaini, & Rinuastuti, B. H. (2023). Analisis Pengaruh Pengalaman Masa Lalu Terhadap Minat Menginap Kembali Di Hotel Era Pandemi Covid-19 Dengan Consumer Review Sebagai Variabel Moderasi. *Jurnal Ilmu Sosial Dan Pendidikan (JISIP)*, 7(2), 2598–9944.
<https://doi.org/10.58258/jisip.v7i1.4870/http>
- Fikri, N. R., Meutia, & Bukhari, A. (2020). Customer Experience Revisit Intention Di Wisata Kuliner Bunderan Perumnas Cibeber Kota Cilegon. *Journal of Local Food Security*, 1(2), 61–69.
- Firmansyah, M. A. (2018). *PERILAKU KONSUMEN*.
<https://www.researchgate.net/publication/329587407>

- Godovykh, M., & Tasci, A. D. A. (2020). Customer experience in tourism: A review of definitions, components, and measurements. *Tourism Management Perspectives*, 35. <https://doi.org/10.1016/j.tmp.2020.100694>
- Gonçalves, S. C., Barbosa, B., & Rocha, A. (2019). Perceptions and Intentions of Adopting the Internet of Things By Generation Z. *CBU International Conference Proceedings*, 7, 92–98. <https://doi.org/10.12955/cbup.v7.1346>
- Hamid, R., Radji, D. L., & Ismail, Y. L. (2020). Pengaruh Empathy dan Responsiveness Terhadap Minat Kunjungan Ulang Pelanggan. *Oikos Nomos: Jurnal Kajian Ekonomi Dan Bisnis*, 13(1), 27–38. <https://doi.org/10.37479/jkeb.v13i1.7105>
- Handaruwati, I. (2021). PENGARUH CUSTOMER EXPERIENCE TERHADAP KEPUASAN KONSUMEN PRODUK KULINER LOKAL SOTO MBOK GEGER PEDAN KLATEN. *Jurnal Bisnisan: Riset Bisnis Dan Manajemen*, 3(2), 16–33. <http://bisnisan.nusaputra.ac.id>
- Hardani, Auliya, N. H., Andriani, H., Fardani, R. A., Ustiawaty, J., Utami, E. F., & Istiqomah, R. R. (2020). *Metode Penelitian Kualitatif & Kuantitatif* (H. Abadi, Ed.; 1st ed.). Pustaka Ilmu Group Yogyakarta. <https://www.researchgate.net/publication/340021548>
- Harsono, D., Ruslie, A., & Jokom, R. (2020). Analisa Pengaruh Pengalaman Konsumen Terhadap Kepuasan Konsumen di Hotel Yello Jemursari Surabaya. *Jurnal Hospitality Dan Manajemen Jasa*, 8(1), 222–238.
- Herlina, V. (2019). *Panduan Praktis Mengolah Data Kuesioner Menggunakan SPSS* (1st ed.). Elex Media Komputindo. https://books.google.co.id/books?hl=id&lr=&id=WTOyDwAAQBAJ&oi=fnd&pg=PP1&dq=kuisisioner+angket&ots=Rx3a9R2kbS&sig=ApZMB3QB_XbHH_eBzIVeU36Vn_4&redir_esc=y#v=onepage&q=kuisisioner%20angket&f=false
- Hurdawaty, R., & Sulistiyowati, R. (2018). PREFERENSI WISATAWAN TERHADAP PEMILIHAN HOTEL (STUDI KASUS HOTEL BUDGET DI JAKARTA). *Jurnal Sains Terapan Pariwisata*, 3(3), 321–343.

- Jablonska, J., Tarczewski, R., & Trocka-Leszczynska, E. (2018). Ergonomic Solutions in Capsule Hotels? *Advances in Intelligent Systems and Computing*, 600, 239–248. https://doi.org/10.1007/978-3-319-60450-3_23
- Janna, N. M. (2021). Artikel Statistik yang Benar. *Jurnal Darul Dakwah Wal-Irsyad (DDI)*, 18210047, 1–12.
- Japan Guide. (2018). *Capsule Hotels in Japan*. Japan Guide. https://www.japan-guide.com/e/e2025_capsule_hotels.html
- Jonas, A., Radder, L., & Eyk, M. Van. (2020). The Influence of Cognitive Dimensions on Memorable Experiences Within A Marine Tourism Context. *South African Journal of Economic and Management Sciences*, 23(1), 1–14. <https://doi.org/10.4102/SAJEMS.V23I1.3579>
- Junanto, R. D., & Samiono, B. E. (2022). Analisis Pengaruh Intention To Reuse Pada Jasa Hotel Kapsul Berbasis Digital. *Transformasi: Jurnal Ekonomi, Manajemen Dan Akuntansi*, 1, 1–11.
- Kadek, N., & Riyanti, I. (2020). PENGARUH KUALITAS PELAYANAN, HARGA, DAN PROMOSI TERHADAP NIAT BERKUNJUNG KEMBALI DI VILLA RENDEZVOUS BALI. In *Widya Amerta Jurnal Manajemen Fak. Ekonomi* (Vol. 7, Issue 1).
- Kandampully, J., Zhang, T., & Jaakkola, E. (2018). Customer experience management in hospitality: A literature synthesis, new understanding and research agenda. *International Journal of Contemporary Hospitality Management*, 30(1), 21–56. <https://doi.org/10.1108/IJCHM-10-2015-0549>
- Keiningham, T., Aksoy, L., Bruce, H. L., Cadet, F., Clennell, N., Hodgkinson, I. R., & Kearney, T. (2020). Customer experience driven business model innovation. *Journal of Business Research*, 116, 431–440. <https://doi.org/10.1016/j.jbusres.2019.08.003>
- Keiningham, T., Joan, B., Sabine, B., Bruce, H. L., Buoye, A., Dzenkovska, J., Nasr, L., Ou, Y.-C., & Zaki, M. (2017). The Interplay of Customer Experience and Commitment. *Journal of Services Marketing*, 9(3), 1–72. <https://doi.org/10.1108/08876045199500001>
- Keni, K., & Sandra, K. K. (2021). Prediksi Customer Experience Dan Service Quality Terhadap Customer Loyalty: Customer Satisfaction Sebagai Variabel

- Mediasi. *Jurnal Muara Ilmu Ekonomi Dan Bisnis*, 5(1), 191. <https://doi.org/10.24912/jmieb.v5i1.11196>
- Khasanah, A. T. U., Oktafiani, H., Putri, S. A., Anggraini, W., & Suhud, U. (2020a). Pengaruh Customer Experience, Place Attachment, Customer Satisfaction dan Word of Mouth terhadap Revisit Intention Konsumen Restoran Ayam Cepat Saji Asal Amerika. *Jurnal Bisnis, Manajemen Dan Keuangan*, 1(2).
- Khasanah, A. T. U., Oktafiani, H., Putri, S. A., Anggraini, W., & Suhud, U. (2020b). Pengaruh Customer Experience, Place Attachment, Customer Satisfaction, dan Word-of-Mouth terhadap Revisit Intention Konsumen Ayam Cepat Saji asal Amerika. *Jurnal Bisnis, Manajemen, Dan Keuangan*, 1(2), 263–280.
- Kim, W. H., Lee, S. H., & Kim, K. S. (2020). Effects of sensory marketing on customer satisfaction and revisit intention in the hotel industry: the moderating roles of customers' prior experience and gender. *Anatolia*, 31(4), 523–535. <https://doi.org/10.1080/13032917.2020.1783692>
- Kusherdiana, R., Muslim, S., Soesanto, H., Soendjana, R., & Suganda, A. (2020). the Contribution of Tourist Experience Towards Tourists Revisit Intention At Seribu Island in Dki Jakarta. *Tourism Scientific Journal*, 5, 133–147.
- Lee, S., Jeong, E., & Qu, K. (2020a). Exploring Theme Park Visitors' Experience on Satisfaction and Revisit Intention: A Utilization of Experience Economy Model. *Journal of Quality Assurance in Hospitality and Tourism*, 21(4), 474–497. <https://doi.org/10.1080/1528008X.2019.1691702>
- Lee, S., Jeong, E., & Qu, K. (2020b). Exploring Theme Park Visitors' Experience on Satisfaction and Revisit Intention: A Utilization of Experience Economy Model. *Journal of Quality Assurance in Hospitality and Tourism*, 21(4), 474–497. <https://doi.org/10.1080/1528008X.2019.1691702>
- Lei, S. S. I., Nicolau, J. L., & Wang, D. (2019). The Impact of Distribution Channels on Budget Hotel Performance. *International Journal of Hospitality Management*, 81, 141–149. <https://doi.org/10.1016/j.ijhm.2019.03.005>
- Li, J., Hudson, S., & So, K. K. F. (2019). Exploring the customer experience with Airbnb. *International Journal of Culture, Tourism, and Hospitality Research*, 13(4), 410–429. <https://doi.org/10.1108/IJCTHR-10-2018-0148>

- Liu, C. R., Chiu, T. H., Wang, Y. C., & Huang, W. S. (2020). Generation Y's Revisit Intention and Price Premium for Lifestyle Hotels: Brand Love as The Mediator. *International Journal of Hospitality and Tourism Administration*, 21(3), 242–264. <https://doi.org/10.1080/15256480.2018.1464421>
- Luna, D., & Hanifah, R. D. (2020). PENGARUH KUALITAS LAYANAN TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN DI CAPSULE HOTEL OLD BATAVIA, JAKARTA PUSAT. *Sadar Wisata: Jurnal Pariwisata*, 3. <https://travel.tempo.co/read/1089306/i>
- Luturlean, B. S., Hurriyati, R., Wibowo, L. A., & Anggadwita, G. (2018). Influencing factors in customers' intention to re-visit resort hotels: The roles of customer experience management and customer value. *Contributions to Management Science*, 191–207. https://doi.org/10.1007/978-3-319-59282-4_12
- Machali, I. (2021). *Metode Penelitian Kuantitatif* (A. Q. Habib, Ed.; 3rd ed.). UIN Sunan Kalijaga.
- Mafaza, M. Z. (2021, March 26). *Hotel Kapsul; Mengapa Ia Diminati Para Traveler?* InteriorDesign.Id. <https://interiordesign.id/hotel-kapsul-mengapa-ia-diminati-para-traveler/>
- Makbul, M. (2021). *Metode Pengumpulan Data dan Instrumen Penelitian*.
- Mantala, R., & Firdaus, M. R. (2016). Pengaruh Customer Experience terhadap Customer Satisfaction Pada Pengguna Smartphone Android (Studi Pada Mahasiswa Politeknik Negeri Banjarmasin). *Jurnal Wawasan Manajemen*, 4(2), 153–164.
- Martias, L. D. (2021). STATISTIKA DESKRIPTIF SEBAGAI KUMPULAN INFORMASI. *Fihris: Jurnal Ilmu Perpustakaan Dan Informasi*, 16(1), 40. <https://doi.org/10.14421/fhrs.2021.161.40-59>
- Meiriana, R. R. (2020). *A Study of Brand Identity and Customer Selection of A Capsule Hotel: Case Study of 9hours Hotel in Tokyo*. Ritsumeikan University.
- Memorabilidad, D. E. L. A. (2019). *The effect of customers' hotel experience on satisfaction: the mediating role of memorability*. 1–12.

- Moise, M. S., & Gil-Saura, I. (2021). “Green” Practices as Antecedents of Functional Value, Guest Satisfaction and Loyalty. *Journal of Hospitality and Tourism Insights*, 4(5), 722–738. <https://doi.org/10.1108/JHTI-07-2020-0130>
- Monica, A. V., & Saphiranti, D. (2022). Literature Review: Pengaruh Elemen Desain Ruang Capsule Hotel Terhadap Faktor Psikologis Konsumen. *Jurnal Desain Interior*, 7(1), 2549–2985. <https://doi.org/10.12962/j12345678.v7i1.13068>
- Nabila, F. Z., & Wardhana, A. (2020). Analisis Customer Experience pada Bobobox di Kota Bandung. *E-Proceeding of Management*, 7(2), 6043–6052.
- Ningsih, S., & Dukalang, H. H. (2019). Penerapan Metode Suksesif Interval pada Analisis Regresi Linier Berganda. *Jambura Journal of Mathematics*, 1(1), 43–53. <https://doi.org/10.34312/jjom.v1i1.1742>
- Nugraha, R. N., Sannindra, A. E., & Zaqi, M. (2022). ANALISIS FAKTOR YANG MEMENGARUHI REVISIT INTENTION PADA TAMU HOTEL IBIS SENEN JAKARTA. *Jurnal Manajemen Pelayanan Hotel Akademi Komunitas Manajemen Perhotelan Indonesia*, 6(1), 274–282.
- Nurrahmah, A., Rismaningsih, F., Hernaerny, U., Pratiwi, L., Wahyudin, Rukyati, A., Yati, F., Lusiani, Riaddin, D., & Setiawan, J. (2021). *Pengantar Statistika I* (S. Haryanti, Ed.; 1st ed., Vol. 1). Media Sains Indonesia. https://books.google.co.id/books?hl=id&lr=&id=Vm1XEAAAQBAJ&oi=fnd&pg=PA33&dq=quota+sampling+penelitian&ots=N_Zacoq6Di&sig=d3r-w--WB-Vziox91iut1pEfGZ8&redir_esc=y#v=onepage&q=quota%20sampling%20penelitian&f=false
- Prakoso, D. B., Pujiastuti, E. E., & Sadeli. (2020). PENGARUH PENGALAMAN WISATAWAN TERHADAP KEPUASAN DAN KEPERCAYAAN SERTA NIAT BERKUNJUNG KEMBALI (STUDI PADA WISATAWAN DI WISATA ALAM POSONG TEMANGGUNG). *DIALEKTIKA: Jurnal Ekonomi Dan Ilmu Sosial*, 5(2), 185–201. <https://doi.org/10.36636/dialektika.v5i2.465>
- Priyo, J. S., Mohamad, B., & Adetunji, R. R. (2019). An Examination of the Effects of Service Quality and Customer Satisfaction on Customer Loyalty in the

- Hotel Industry. *International Journal of Supply Chain Management*, 8(1), 653–663. <http://excelingtech.co.uk/>
- Purnadewi, R. P. (2019). Pengaruh Kualitas Pengalaman Terhadap Niat Berkunjung Kembali Yang Dimediasi Oleh Kepuasan (Studi Pada Kampung Warna Warni Jodipan Kota Malang). *Jurnal Ilmiah Mahasiswa Fakultas Ekonomi Dan Bisnis*, 6(2), 1–17.
- Purnomo, H., Sardanto, R., & Muslih, B. (2021). SIGNIFIKANSI HARGA, FASILITAS DAN LAYANAN TERHADAP KEPUASAN KONSUMEN JASA HOTEL. *Jurnal Ekobis: Ekonomi, Bisnis & Manajemen*, 11(1), 67–78. <http://ejournal.stiemj.ac.id/index.php/ekobis67>
- Purwanto. (2018). Teknik Penyusunan Instrumen Uji Validitas Dan Tealiabilitas Untuk Penelitian Ekonomi Syariah. In *Staiapress* (Vol. 13, Issue 1).
- Putri & Abrian. (2018). Pengaruh Harga Dan Lokasi Terhadap Keputusan Pembelian Kamar Di Grand Royal Denai Hotel Bukittinggi. *Jurnal Pendidikan Dan Keluarga*, 10(1), 116–128.
- Putri, E. D. H. (2020). *Pengantar Akomodasi dan Restoran* (1st ed., Vol. 1). deepublish. https://books.google.co.id/books?hl=id&lr=&id=dbV-DwAAQBAJ&oi=fnd&pg=PR6&dq=definisi+hotel&ots=CNZil3Uo_7&sig=UHfgmIjBn2M4qMcoiZqV7xPArEk&redir_esc=y#v=onepage&q=definisi%20hotel&f=false
- Putri, S. M., Setioko, D., Lasarudin, A., & Sandubaya, G. (2022). Pengaruh Promosi Terhadap Minat Tamu Berkunjung Kembali Harris Hotel & Conventions Malang. *Jurnal Tesla: Perhotelan - Destinasi Wisata - Perjalanan Wisata*, 2(2), 53–61. <https://jurnal.unmer.ac.id/index.php/jt>
- Rahmi, A. (2021). *PENGARUH KUALITAS PELAYANAN DAN KEPUASAN KONSUMEN DALAM MENINGKATKAN MINAT BERKUNJUNG KEMBALI (STUDI KASUS: HOTEL DI KOTA PALOPO)*. Universitas Muhammadiyah Palopo.
- Ramdhan, M. (2021). *Metode Penelitian*. Cipta Media Nusantara. https://books.google.co.id/books?hl=id&lr=&id=Ntw_EAAAQBAJ&oi=fnd&pg=PR1&dq=metode+penelitian&ots=f2tH5LPr5C&sig=YH7lMWaXd9x

vSUBZaCd8qqtlYZc&redir_esc=y#v=onepage&q=metode%20penelitian&f=false

- Rather, R. A. (2020). Customer experience and engagement in tourism destinations: the experiential marketing perspective. *Journal of Travel & Tourism Marketing*, 37(1), 15–32. <https://doi.org/10.1080/10548408.2019.1686101>
- Rewa, J. A. (2019). PENGARUH HARGA DAN KUALITAS PELAYANAN TERHADAP KEPUASAN KONSUMEN DI HOTEL GRAND AQUILA BANDUNG. *Jurnal Manajemen Dan Bisnis*, 3(3), 576–584.
- Rossa, V. (2019, December 23). Tren Liburan 2020, Hotel Budget Jadi Primadona Baru di Indonesia. *Suara.Com*, 1. <https://www.suara.com/lifestyle/2019/12/23/071500/tren-liburan-2020-hotel-budget-jadi-primadona-baru-di-indonesia>
- Salim, F. K., & Catherine. (2018). Pengaruh Customer Experience dan Kepercayaan Terhadap Kepuasan Konsumen. *Journal of Chemical Information and Modeling*, 1(1), 1689–1699.
- Saputra, B., & Sudradjat, R. H. (2022). Analisis Kegiatan Komunikasi Pemasaran Hotel Kapsul Bobobox Dalam Masa Pandemi Covid-19. *E-Proceeding of Management*, 8(6), 3315–3325.
- Setiawan, Y. D., & Prakoso, G. P. (2019). Pengaruh Marketing Mix Terhadap Keputusan Pembelian Di My Studio Hotel Surabaya. *Jurnal Hospitality Dan Manajemen Jasa*, Vol 7, No 2., 53(9), 1689–1699. www.journal.uta45jakarta.ac.id
- Setyaningsih, N. W., Suardana, I. W., & Dewi, L. (2020). PENGARUH CUSTOMER EXPERIENCE TERHADAP REVISIT INTENTION PADA PAKET WISATA SEPEDA DI DESA PENGLIPURAN. *Jurnal IPTA*, 8(1), 119–130.
- Sihombing, N. J., & Wardhana, A. (2022). Pengaruh Customer Experience Terhadap Customer Satisfaction (Studi Kasus Aplikasi Agoda). *E-Proceeding of Management*, 721–725.
- Silvia, V. (2020). *Statistika Deskriptif* (1st ed., Vol. 1). Andi. <https://books.google.co.id/books?hl=id&lr=&id=qOH7DwAAQBAJ&oi=fnd>

&pg=PA1&dq=analisis+data+deskriptif&ots=BQRjZlbyaH&sig=B32zBIC3o1-aNukIMEXiG8nkONg&redir_esc=y#v=onepage&q&f=false

- Sinaga, V. I. W., & Hanifa, F. H. (2020). PENGARUH CUSTOMER EXPERIENCE TERHADAP CUSTOMER SATISFACTION (STUDI PADA GIGGLEBOX CAFÉ & RESTORAN BANDUNG TAHUN 2020). *E-Proceeding of Applied Science* , 1075–1091.
- Situmorang, W. R., Rini, E. S., Karina, B., & Sembiring, F. (2020). The Effect of Social Media, Servicescape and Customer Experience on Revisit Intention with The Visitor Satisfaction as an Intervening Variables in The Tree House on Tourism Habitat Pamah Semelir Langkat Regency. *International Journal of Research and Review (Ijrrjournal.Com)*, 7(2), 79.
- Subakti, A. G., Anita, T. L., & Triana, I. (2020). The Impact of Consumer Perceptions to Technology-based Facilities at Bobobox Capsule Hotel, Jakarta. *ICIMTech 2020 : Proceedings of 2020 International Conference on Information Management and Technology (ICIMTech)*, 233–236.
- Subekti, D. D. (2020). Pengaruh Dimensi Customer Experience dan Kepercayaan terhadap Minat Berkunjung Kembali pada Pengunjung Dira Kencong Jember. In *Jurnal Manajemen Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Jember*.
- Sudaryono. (2011). Aplikasi Analisis (Path Analysis) Berdasarkan Urutan Penempatan Variabel Dalam Penelitian. *Jurnal Pendidikan Dan Kebudayaan*, 17(4), 391–403. <https://doi.org/10.24832/jpnk.v17i4.36>
- Sugiyono. (2013). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif dan R&D*.
- Sulistiyanda, B., Sulistiyowati, L. N., & Fauzi, R. U. (2022). PENGARUH PENGALAMAN PENGUNJUNG DAN CITRA DESTINASI TERHADAP MINAT BERKUNJUNG KEMBALI DENGAN KEPUASAN SEBAGAI VARIABEL MEDIASI PADA WISATAWAN TELAGA SARANGAN.
- Sumartini, L. C., & Tias, D. F. (2019). ANALISIS KEPUASAN KONSUMEN UNTUK MENINGKATKAN VOLUME PENJUALAN KEDAI KOPI KALA SENJA. *Jurnal E-Bis*, 3(2), 111–118.
- Supriadi, Y. M., & Sofyan, A. (2020). Hubungan antara Kualitas Pelayanan dengan Kepuasan Pelanggan. *Prosiding Manajemen Komunikasi* , 40–43.

- Suryani, L. (2019). Pengaruh Lingkungan Kerja Non Fisik Dan Komunikasi Terhadap Kinerja Karyawan Pada PT. Bangkit Maju Bersama Di Jakarta. *JENIUS (Jurnal Ilmiah Manajemen Sumber Daya Manusia)*, 2(3), 419. <https://doi.org/10.32493/jjsdm.v2i3.3017>
- Susanto, B. J., Bernard, & Harianto. (2019). Pengaruh Pengalaman Konsumen Terhadap Kepuasan Konsumen Di Hotel Bintang Tiga Di Indonesia. *Jurnal Hospitality Dan Manajemen Jasa*, 7(2), 107–116.
- Suyasa, L. C., Susanto, P. C., & Satyananda, A. (2022). Staycation Sebagai Wisata Alternatif Masa Pandemi Covid-19. *Pariwisata Budaya: Jurnal Ilmiah Agama Dan Budaya*, 7(2), 140–149. <https://doi.org/10.25078/pariwisata.v7i2.958>
- Usman, H., Dwijayanto, A. K., & Maharani, A. (2020). Customer Satisfaction, Revisit Intention and Promoting Ferry Transportation. *Journal of Business and Management Review*, 1(3), 186–207. <https://doi.org/10.47153/jbmr13.362020>
- Usman, H., Kanitra, A., & Maharani, A. (2020). Customer Satisfaction, Revisit Intention and Promoting Ferry Transportation. *Journal of Business Management Review*, 1(3), 186–207. <https://doi.org/10.47153/jbmr13.362020>
- Usman, H., Sobari, N., & Alhasan, F. A. (2020). The Impact of Sharia Compliance on Sharia Hotel Services and Customers Satisfaction. *Journal of Business, Economics and Environmental Studies*, 10(3). <https://doi.org/10.13106/jbees.2020.vol10.no3.5>
- Utami, D. W., & Pinasti, I. S. (2016). Stay Vacation (Staycation) Sebagai Gaya Hidup Mahasiswa Yogyakarta. *Jurnal Penelitian Pendidikan Guru Sekolah Dasar*, 6(August), 128.
- Waluyo, T. (2020). Pengaruh Citra Perusahaan dan Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Pelanggan Untuk Membangun Minat Berkunjung Kembali : Studi Pada Hotel X Kota Pekalongan. *Jurnal Ilmu Dan Budaya*, 41(71), 8463–8494.
- Wari, A. M. D., Rahardjo, S., & Widyaevan, D. A. (2020). Kenyamanan Inap At Capsule Hostel Sebagai Desain Compact. *Jurnal Dimensi Seni Rupa Dan Desain*, 16(2), 153–166. <https://doi.org/10.25105/dim.v16i2.7059>
- Wasilah, D. I. (2021, April). *Fenomena Hotel Kapsul dan Kaitannya Dengan Tingkat Kenyamanan Manusia*. Binus.Ac.Id.

<https://binus.ac.id/bandung/2021/06/fenomena-hotel-kapsul-dan-kaitannya-dengan-tingkat-kenyamanan-manusia/>

- Yolandari, N. L., & Kusumadewi, N. M. (2018). PENGARUH PENGALAMAN PELANGGAN DAN KEPERCAYAAN TERHADAP NIAT BELI ULANG SECARA ONLINE MELALUI KEPUASAN PELANGGAN (Studi Kasus Pada Situs Online Berrybenka.com). *E-Jurnal Manajemen Ubud*, 7(10), 5434–5378.
- Yu, H., & Akita, T. (2019). The Effect of Illuminance and Correlated Colour Temperature on Perceived Comfort According to Reading Behaviour in A Capsule Hotel. *Building and Environment*, 148, 384–393. <https://doi.org/10.1016/j.buildenv.2018.11.027>
- Yuhardi, Sari, T. V., & Afrizal, D. (2022). Dimensi Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Konsumen Pada Mayang Suri Hotel. *Jurnal Ekonomika*, 6(1), 123–130.
- Yuningsih, E., & Hardiansyah. (2018). ANALISIS PENGARUH CUSTOMER EXPERIENCE TERHADAP MINAT BERKUNJUNG KEMBALI (REVISIT INTENTION) PADA DESTINASI WISATA KOTA BOGOR. *JURNAL VISIONIDA*, 4(1), 13. <https://doi.org/10.30997/jvs.v4i1.1308>
- Yusup, F. (2018). Uji Validitas dan Reliabilitas Instrumen Penelitian Kuantitatif. *Jurnal Tarbiyah: Jurnal Ilmiah Kependidikan*, 7(1), 17–23. <https://doi.org/10.21831/jorpres.v13i1.12884>