

## ABSTRAK

**Alija Nuraga Lukisyana (1205658), “Pengaruh *Customer Experience* Terhadap *Revisit Intention*”** (Survei terhadap Tamu *Individu* yang Menginap di Novotel Bogor), di bawah bimbingan Rini Andari, S.Pd.,SE.,Par.,MM Dan Dewi Pancawati N., S.Pd., MM

Industri perhotelan merupakan industri yang penting dalam kegiatan pariwisata karena dapat memberikan kontribusi besar bagi sektor pariwisata. Novotel Bogor sebagai salah satu *international chain* hotel bintang empat di Kota Bogor selalu berupaya untuk mempertahankan dan meningkatkan segala aspek penting yang menyangkut tujuan utama hotel salah satunya mendapatkan profitabilitas. Masalah yang dihadapi oleh Novotel Bogor adalah tingkat *occupancy* yang mengalami penurunan dan tidak mencapai target. Oleh karena itu Novotel Bogor harus memiliki strategi untuk mengatasi masalah tersebut. Dengan demikian peneliti memilih *Customer Experience* sebagai salah satu solusi yang dapat diterapkan untuk meningkatkan tingkat *Revisit Intention*. Dalam penelitian ini variabel independen (X) yang digunakan yaitu *Customer Experience* yang terdiri dari *Aesthetic*, *Entertainment*, *Education*, dan *Escapism*. Variabel dependen (Y) yaitu *Revisit Intention*. Jenis penelitian yang digunakan adalah deskriptif dan verifikatif dengan metode yang digunakan adalah *explanatory survey* dan pendekatan *cross sectional*. Sampel dalam penelitian ini sebanyak 100 responden yaitu tamu individu yang menginap di Novotel Bogor dengan teknik penarikan yang digunakan yaitu *probability sampling*. Teknik analisis data yang digunakan adalah regresi berganda. Pelaksanaan *Customer Experience* di Novotel Bogor berada pada kategori tinggi, dimensi *Aesthetic experience* mendapatkan penilaian tertinggi dan penilaian terendah yaitu *Education*. Kemudian tanggapan mengenai *Revisit Intention* di Novotel Bogor berada pada penilaian yang sedang atau berada di kategori cukup dari para tamu yang menginap di Novotel Bogor, dimensi yang memiliki kategori paling tinggi adalah keinginan tamu untuk menginap kembali ke Hotel Novotel Bogor, dan dimensi terendah adalah keinginan untuk merekomendasikan Hotel Novotel Bogor kepada orang lain. Hasil penelitian menunjukkan adanya pengaruh antara *Customer Experience* dan *Revisit Intention*.

Kata Kunci : *Customer Experience*, *Revisit Intention*, Novotel Bogor

## ABSTRACT

**Alija Nuraga Lukisyana (1205658), “The Influence of Customer Experience toward Revisit Intention”** (Survey of Individual Guest who stay at the Novotel Bandung), under the guidance of Rini Andari, S.Pd.,SE.,Par.,MM and Dewi Pancawati N., S.Pd., MM.

*Hospitality industry is an important industry in tourism activities since it can provide substantial contribution for tourism sector. Novotel Bogor as one of four-star international chain hotel in Bogor which always strive to maintain and improve all the important aspects related to the main purpose of the hotel, one of which is to obtain profitability. The problems encountered by Novotel Bogor is the occupancy continued to decline and did not reach the target. Hence Novotel Bogor must have a strategy to overcome the problem. Therefore the researcher choosed Customer Experience as one of the solution that can be implemented to improve the occupancy level. In this study, the independent variable (X) used are esthetic, Entertainment, Education, Escapism. Dependent variable (Y) is Revisit Intention. The type of research used are descriptive and verificative with method used are explanatory survey and cross sectional approach. The sample in this study of 100 respondents that individual guests who stay at the Novotel Bogor, the sampling technique used is probability sampling. The data analysis technique used is multiple regression. Implementation of Customer Experience at Novotel Bogor is located in the high categor, the dimension of Aesthetic get the highest ratings and lowest ratings is Education. Then the feedback regarding of Revisit Intention at Novotel Bogor located are in enough categories for the guest who staying at Novotel Bogor. the dimension of the desire of the guest to return to stay get the highest ratings and the dimension of desire to recommend to others get the lowest ratings. The results showed there is a influence of Customer Experience and the Revisit Intention.*

*Key words :Customer Experience, Revisit Intention, Novotel Bogor*