

ABSTRAK

Aufar Pradana Luthfi Sulien, 1304572, “Pengaruh *Memorable Experience* terhadap *Revisit Intention* di Sheraton Bandung Hotel & Towers (Survey terhadap Tamu Individu yang Menginap di Sheraton Bandung Hotel & Towers)”, di bawah bimbingan Rini Andari, S.Pd., SE., MM dan Taufik Abdullah, S.E., MM.Par.

Sheraton Bandung Hotel & Towers sebagai salah satu hotel berskala internasional berbintang lima yang terdapat di Kota Bandung merupakan salah satu hotel yang dihadapkan dengan rendahnya kunjungan berulang dari tamu. Sheraton Bandung Hotel & Towers sebagai salah satu tujuan utama tamu keluarga dan bisnis untuk menginap berupaya meningkatkan jumlah kunjungan berulang tamu dengan cara meningkatkan *memorable experience* yang dimiliki. Dalam penelitian ini, variabel bebas (X) yang digunakan *memorable experience* yang terdiri dari *hedonism*, *novelty*, *local culture*, dan *refreshment* serta variabel terikat (Y) yaitu *revisit intention*. Jenis penelitian yang digunakan adalah deskriptif verifikatif. Metode yang digunakan adalah survei menggunakan teknik *systematic random sampling* dengan jumlah responden sebanyak 90 yang terdiri dari tamu individu yang menginap di Sheraton Bandung Hotel & Towers. Teknik analisis data dan uji hipotesis yang digunakan adalah Regresi Berganda. Hasil penelitian menunjukkan bahwa *memorable experience* memberikan pengaruh yang signifikan terhadap *revisit intention*. Faktor yang paling berpengaruh adalah *hedonism*, dimana Sheraton Bandung Hotel & Towers memang sangat memperhatikan nilai kesenangan dan kepuasan yang didapat oleh tamu ketika menginap. Faktor yang memiliki pengaruh paling rendah adalah *refreshment* dikarenakan faktor ini dirasa sudah cukup maksimal oleh tamu sehingga perubahan baik penambahan atau pengurangan tidak akan memiliki pengaruh yang signifikan terhadap *revisit intention* di Sheraton Bandung Hotel & Towers.

Kata Kunci : *Memorable Experience*, Sheraton Bandung Hotel & Towers dan *Revisit Intention*

ABSTRACT

Aufar Pradana Luthfi Sulien, 1304572, “The Influence of Memorable Experience to Revisit Intention at Sheraton Bandung Hotel & Towers (A Survey on Individual Guest that Stay at Sheraton Bandung Hotel & Towers)”, Under Supervision of Rini Andari, S.Pd., SE., MM and Taufik Abdullah, S.E., MM.Par.

Sheraton Bandung Hotel & Towers as one of the five star international hotels, which located in Bandung is one of the hotels faced with low repeat visits from guests. Sheraton Bandung Hotel & Towers as one of the premier family and business hotels in Bandung seeks to increase the number of guests' repeat visits by enhancing their memorable experience. In this study, the independent variables (X) is memorable experience consisting of hedonism, novelty, local culture, and refreshment and the dependent variable (Y) is revisit intention. The type of this research is explanatory survey. The method of this research is a survey, using systematic random sampling technique with the number of respondents is 90 persons consisting of individual guests who stay at Sheraton Bandung Hotel & Towers. Data analysis technique and hypothesis test in this research is Multiple Regression. The results show that memorable experience has a significant effect on revisit intention. The most influential factor is hedonism, where Sheraton Bandung Hotel & Towers is very concerned about the value of pleasure and satisfaction which gained by guests when staying. The factors that have the lowest influence is refreshment due to this factor is considered maximal enough by the guest so that changes in either addition or reduction will not have a significant effect on the revisit intention at Sheraton Bandung Hotel & Towers.

Keywords : Memorable Experience, Sheraton Bandung Hotel & Towers and Revisit Intention