

**PENGARUH PENGALAMAN PELANGGAN, KELENGKAPAN
FASILITAS DAN PROMOSI TERHADAP LOYALITAS PELANGGAN DI
HOTEL CLASSIE PALEMBANG**

SKRIPSI

**Untuk Memenuhi Sebagian Dari Syarat-Syarat
Guna Mencapai Gelar Sarjana Manajemen**



Diajukan oleh :

CAMELIA CANDRA

NPM. 2101110048

FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS

UNIVERSITAS TRIDINANTI

2025

UNIVERSITAS TRIDINANTI

FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS

HALAMAN PERSETUJUAN SKRIPSI

Nama : CAMELIA CANDRA
Nomor Pokok/NIRM : 2101110048
Jurusan/Prog. Studi : Manajemen
Jenjang Pendidikan : Strata I
Konsentrasi : Manajemen Pemasaran
Judul Skripsi : PENGARUH PENGALAMAN PELANGGAN,
KELENGKAPAN FASILITAS DAN PROMOSI
TERHADAP LOYALITAS PELANGGAN DI HOTEL
CLASSIE PALEMBANG

Pembimbing Skripsi

Tanggal 3 - 2 - 2025 Pembimbing I


:Noviarni, SE., M.Si.
NIDN. 0221116101

Tanggal 3 - 2 - 2025 Pembimbing II


:Yun Suprani, SE., M.Si.
NIDN. 0207066701

Mengetahui,

Dekan

Tanggal 30 - 1 - 2025



Dr. Misy Mikial, SE, M.Si, Ak. CA, CSRS
NIDN : 0205026401

Ketua Program Studi

Tanggal 30 - 1 - 2025


Mariyam Zanariah, SE., M.M
NIDN. 0222096301

UNIVERSITAS TRIDINANTI

FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS

HALAMAN PENGESAHAN SKRIPSI

Nama : CAMELIA CANDRA
Nomor Pokok/NIRM : 2101110048
Jurusan/Prog. Studi : Manajemen
Jenjang Pendidikan : Strata I
Konsentrasi : Manajemen Pemasaran
Judul Skripsi : PENGARUH PENGALAMAN PELANGGAN,
KELENGKAPAN FASILITAS DAN PROMOSI
TERHADAP LOYALITAS PELANGGAN DI HOTEL
CLASSIE PALEMBANG

Penguji Skripsi :

Tanggal 3 - 2 - 2025Ketua Penguji : 
:Noviani, SE., M.Si.
NIDN. 0221116101

Tanggal 3 - 2 - 2025Penguji I : 
:Yun Suprati, SE., M.Si.
NIDN. 0207066701

Tanggal 30 - 1 - 2025Penguji II : 
:Suharti, SE., M.M.
NIDN. 0220086501

Mengesahkan,

Dekan
Tanggal 30 - 1 - 2025




Dr. Msy Mikial, SE., M.Si., Ak. CA, CSRS
NIDN : 0205026401

Ketua Program Studi
Tanggal 30 - 1 - 2025


Mariyam Zanariah, SE., M.M.
NIDN. 0222096301

iii

058/PS/DFEB/25

MOTTO

Motto:

**Orang tua dirumah menanti kepulanganmu dengan hasil yang membanggakan,
jangan kecewakan mereka. Simpan keluhmu, sebab letihmu tak sebanding
dengan perjuangan mereka menghidupimu.**

**Allah tidak mengatakan hidup ini mudah. Tetapi Allah berjanji, bahwa
sesungguhnya bersama kesulitan ada kemudahan**

(QS. Al Insyirah : 5-6)

HALAMAN PERSEMBAHAN

Skripsi ini penulis persembahkan kepada:

1. Ayahanda Candra cinta pertama saya, seseorang yang darahnya mengalir dalam tubuh saya yang telah dengan sabar merawat dan membesarkan putri pertamanya serta melangitkan doa-doa. Yang selalu menjadi penyemangat di hidup saya sebagai sandaran terkuat. Yang tiada hentinya memberikan motivasi dan materil. Terimakasih selalu berjuang untuk kehidupan saya bekerja keras untuk keluarga hingga akhirnya saya bisa tumbuh dewasa dan berada di posisi saat ini. Sehat selalu dan hiduplah lebih lama lagi ayah harus selalu ada disetiap perjalanan dan pencapaian di hidup saya.
2. Ibunda Welly Nawati pintu surgaku, seseorang yang sangat berharga di hidup saya. Yang selalu memberikan doa, kasih sayang, dukungan dan juga motivasi sehingga saya dapat menyelesaikan skripsi ini. Terimakasih telah melahirkan, merawat dan membesarkan saya dengan penuh cinta, terimakasih telah menjadi pengingat dan penguat paling hebat dan terimakasih sudah menjadi tempatku untuk pulang. Semoga sehat selalu dan hiduplah lebih lama ibu juga harus selalu ada disetiap perjalanan dan pencapaian di hidup saya.
3. Nenek dan Kakekku tersayang, terimakasih telah merawat dan membesarkan saya dengan sabar dan penuh kasih sayang, terimakasih telah memberikan nasihat, dukungan dan perhatian serta doa-doa sehingga saya bisa berada dititik ini.
4. Adik-adikku terkasih, yang selalu ada didalam senang maupun susah. Terimakasih sudah menjadi mood boster dan memberikan semangat untuk saya. Tumbuhlah menjadi versi yang lebih hebat dan semoga ini dapat menjadi motivasi dan panutan bagi kalian.
5. Kepada seseorang yang tak kalah penting kehadirannya dan sebagai partner spesial saya. Terimakasih telah menjadi sosok pendamping dalam segala hal, telah menemani, mendukung dan menghibur dalam kesedihan, mendengarkan keluh kesah serta selalu memberikan semangat kepada saya. Semoga Allah selalu

memberi keberkahan dalam segala hal yang kita lalui dan sukses selalu untuk kita berdua.

6. Dan yang terakhir, kepada diri saya sendiri. Camelia Candra. Terimakasih sudah bertahan sejauh ini, terimakasih tetap memilih berusaha dan tidak menyerah sampai di titik ini, walau sering kali merasa putus asa atas apa yang diusahakan belum berhasil, namun terimakasih tetap menjadi manusia yang selalu mau berusaha dan tidak lelah mencoba. Terimakasih telah menyusun skripsi ini dan telah menyelesaikannya dengan sebaik dan semaksimal mungkin, ini merupakan pencapaian yang patut dirayakan untuk diri sendiri. Berbahagialah selalu dimanapun berada dan tetap rendah hati, ini baru awal dari permulaan hidup tetap semangat kamu pasti bisa.

PERNYATAAN BEBAS PLAGIAT

Saya yang bertanda tangan dibawah ini:

Nama : Camelia Candra

NPM : 2101110048

Program Studi : Manajemen

Judul Skripsi : Pengaruh Pengalaman Pelanggan, Kelengkapan Fasilitas Dan Promosi Terhadap Loyalitas Pelanggan Di Hotel Classie Palembang

Dengan ini saya menyatakan bahwa dalam Skripsi ini tidak terdapat keseluruhan atau sebagian tulisan orang lain yang saya ambil dengan cara menyalin atau meniru dalam bentuk rangkaian kalimat atau simbol yang menunjukkan gagasan atau pendapat pemikiran dari penulisan lain. Skripsi ini telah ditulias oleh saya sendiri dengan sungguh-sungguh.

Apabila terbukti dikemudian hari bahwa pernyataan ini tidak benar, maka saya sanggup menerima sanksi apapun sesuai dengan peraturan yang berlaku.

Palembang, Januari 2025

Penulis,



Camelia Candra

KATA PENGANTAR

Puji dan syukur kehadiran Allah SWT penulis panjatkan, karena berkat rahmat dan karunia-Nya kepada penulis, akhirnya penulis dapat menyelesaikan skripsi ini yang merupakan bagian dari tugas akhir dan kewajiban penulis serta salah satu syarat untuk menyelesaikan Studi Jenjang Strata 1 (S1) Manajemen pada Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Tridinanti. Dalam penelitian ini penulis mampu menyelesaikan skripsi dengan judul “Pengaruh Pengalaman Pelanggan, Kelengkapan Fasilitas Dan Promosi Terhadap Loyalitas Pelanggan Di Hotel Classie Palembang”.

Penulis telah berusaha menyusun skripsi ini dengan sebaik mungkin, namun penulis menyadari sepenuhnya bahwa masih terdapat kekurangan dalam penyajian maupun penulisan skripsi ini yang disebabkan keterbatasan kemampuan dan pengetahuan yang penulis miliki. Oleh karena itu kritik dan saran yang membangun sangat penulis harapkan dari para pembaca demi kemajuan pada penelitian selanjutnya.

Dengan segala kerendahan hati penulis menghaturkan banyak terima kasih serta penghargaan yang setulus-tulusnya karena bagaimanapun skripsi ini juga tersusun berkat adanya bimbingan, petunjuk dan saran dari berbagai pihak. Oleh karena itu dalam kesempatan ini penulis ingin mengucapkan terima kasih yang sebesar-besarnya kepada:

1. Bapak Prof. Ir. H. Edizal AE, MS selaku Rektor Universitas Tridinanti.
2. Ibu Dr. Msy. Mikial, SE, M.Si, Ak. CA, CSRS selaku Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Tridinanti.
3. Ibu Dr. Ima Andriyani, SE, M.Si selaku Wakil Dekan I Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Tridinanti.
4. Ibu Mariyam Zanariah, SE, MM selaku Ketua Program Studi Manajemen Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Tridinanti.

5. Ibu Noviarni, SE, M.Si selaku Dosen Pembimbing I yang telah memberi bimbingan, bantuan, arahan dan waktunya selama proses penyusunan skripsi ini.
6. Ibu Yun Suprani, SE, M.Si selaku Dosen Pembimbing II yang telah memberi bimbingan, bantuan, arahan dan waktunya selama proses penyusunan skripsi ini.
7. Ibu Dr. Yolanda Veybitha, SE, M.Si selaku Dosen Pembimbing Akademik yang telah membantu sejak awal perkuliahan hingga terselesaikan skripsi ini.
8. Bapak dan Ibu Dosen Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Tridinanti yang telah mendidik dan membekali pengetahuan kepada penulis selama masa studi dan Staff Universitas Tridinanti yang telah banyak membantu.
9. Bapak Yohanes Prasetyo selaku HRD Hotel Classie Palembang dan Staff serta karyawan Hotel Classsie Palembang.
10. Kedua orang tua ku tercinta, dan adik-adik ku tersayang yang telah memberikan dukungan moril maupun materi serta termotivasi sehingga bisa menyelesaikan skripsi ini
11. Teman-teman seperjuanganku, yang selalu memberikan semangat, bantuan dan pengalaman selama kuliah.

Penulis berharap semoga segala kebaikan dan bantuan dari semua pihak mendapatkan berkah yang berlimpah dari Allah SWT dan semoga skripsi ini dapat bermanfaat bagi semua pihak yang membutuhkan. Aamiin.

Palembang, Januari 2025

Camelia Candra

DAFTAR ISI

	Halaman
HALAMAN JUDUL	i
HALAMAN PERSETUJUAN SKRIPSI	ii
HALAMAN PENGESAHAN SKRIPSI.....	iii
MOTTO	iv
HALAMAN PERSEMBAHAN	v
PERNYATAAN BEBAS PLAGIAT	vii
KATA PENGANTAR.....	viii
DAFTAR ISI.....	x
DAFTAR TABEL	xiii
DAFTAR GAMBAR.....	xiv
DAFTAR LAMPIRAN	xv
ABSTRAK	xvi
ABSTRACT	xvii
RIWAYAT HIDUP	xviii
 BAB I PENDAHULUAN	
1.1 Latar Belakang	1
1.2 Perumusan Masalah.....	4
1.3 Tujuan Penelitian.....	4
1.4 Manfaat Penelitian.....	5
 BAB II TINJAUAN PUSTAKA	
2.1 Kajian Teoritis.....	6
2.1.1 Pengalaman Pelanggan.....	6
2.1.1.1 Pengertian Pengalaman Pelanggan.....	6
2.1.1.2 Faktor Yang Mempengaruhi Pengalaman Pelanggan ..	7
2.1.1.3 Indikator Pengalaman Pelanggan	8
2.1.2 Kelengkapan Fasilitas	9
2.1.2.1 Pengertian Fasilitas.....	9
2.1.2.2 Unsur-Unsur Fasilitas	10
2.1.2.3 Indikator Fasilitas	12
2.1.3 Promosi.....	13
2.1.3.1 Pengertian Promosi.....	13
2.1.3.2 Tujuan Promosi	14
2.1.3.3 Indikator Promosi	15
2.1.4 Loyalitas Pelanggan	16
2.1.4.1 Pengertian Loyalitas Pelanggan	16
2.1.4.2 Karakteristik Loyalitas Pelanggan.....	17
2.1.4.3 Faktor-faktor Loyalitas Pelanggan	18
2.1.4.4 Indikator Loyalitas Pelanggan	19
2.2 Penelitian Lain Yang Relevan.....	20
2.3 Kerangka Berpikir	22

2.4 Hipotesis.....	23
BAB III METODE PENELITIAN	
3.1 Tempat dan Waktu Penelitian	24
3.1.1 Tempat Penelitian.....	24
3.1.2 Waktu Penelitian	24
3.2 Sumber dan Teknik Pengumpulan Data.....	25
3.2.1 Sumber Data	25
3.2.2 Teknik Pengumpulan Data	25
3.3 Populasi, Sampel dan Teknik Sampling.....	26
3.3.1 Populasi	26
3.3.2 Sampel	27
3.3.3 Teknik Sampling	28
3.4 Rancangan Penelitian	28
3.5 Variabel dan Definisi Operasional	28
3.5.1 Variabel	28
3.5.2 Definisi Operasional.....	29
3.6 Instrumen Penelitian.....	31
3.6.1 Uji Validitas	32
3.6.2 Uji Reliabilitas.....	32
3.7 Teknik Analisis Data.....	33
3.7.1 Uji Asumsi Klasik	33
3.7.1.1 Uji Normalitas	34
3.7.1.2 Uji Multikolinieritas	34
3.7.1.3 Uji Heteroskedastisitas	35
3.7.2 Analisis Regresi Linear Berganda.....	35
3.7.3 Analisis Koefisien Korelasi.....	36
3.7.4 Analisis Koefisien Determinasi.....	37
3.8 Uji Hipotesis	37
3.8.1 Uji Simultan	37
3.8.2 Uji Parsial	38
BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN	
4.1 Hasil Penelitian	40
4.1.1 Sejarah Singkat Perusahaan	40
4.1.2 Visi dan Misi Perusahaan.....	41
4.1.2.1 Visi	41
4.1.2.2 Misi	41
4.1.3 Struktur Organisasi dan Pembagian Tugas	41
4.1.3.1 Struktur Organisasi.....	41
4.1.3.2 Tugas dan Wewenang.....	42
4.1.4 Identitas Responden	44
4.1.4.1 Karakteristik Berdasarkan Umur	45
4.1.4.2 Karakteristik Berdasarkan Jenis Kelamin.....	45
4.1.5 Hasil Uji Instrumen Penelitian	46
4.1.5.1 Hasil Uji Validitas	46
1. Hasil Uji Validitas Pengalaman Pelanggan	47

2. Hasil Uji Validitas Kelengkapan Fasilitas	47
3. Hasil Uji Validitas Promosi	48
4. Hasil Uji Validitas Loyalitas Pelanggan	49
4.1.5.2 Hasil Uji Reliabilitas.....	49
4.1.6 Hasil Analisis Data.....	50
4.1.6.1 Hasil Uji Asumsi Klasik	50
1. Hasil Uji Normalitas	50
2. Hasil Uji Multikolinieritas	51
3. Hasil Uji Heteroskedastisitas	52
4. Hasil Analisa Regresi Linear Berganda.....	53
5. Hasil Analisis Koefisien Korelasi.....	55
6. Hasil Analisis Koefisien Determinasi.....	56
4.1.6.2 Hasil Pengujian Hipotesis.....	57
1. Hasil Uji F.....	57
2. Hasil Uji t.....	58
4.2 Pembahasan.....	59
BAB V KESIMPULAN DAN SARAN	
5.1 Kesimpulan	62
5.2 Saran.....	62
DAFTAR PUSTAKA	64
LAMPIRAN	

DAFTAR TABEL

Tabel	Halaman
2.1 Penelitian Yang Relevan.....	20
3.1 Rincian Waktu Penelitian	24
3.2 Variabel Penelitian dan Defisini Operasional.....	30
3.3 Skala Likert.....	31
3.4 Interval Koefisien Korelasi.....	36
4.1 Hasil Responden Berdasarkan Umur.....	45
4.2 Hasil Responden Berdasarkan Jenis Kelamin	46
4.3 Hasil Uji Validitas Pengalaman Pelanggan	47
4.4 Hasil Uji Validitas Kelengkapan Fasilitas	47
4.5 Hasil Uji Validitas Promosi.....	48
4.6 Hasil Uji Validitas Loyalitas Pelanggan.....	49
4.7 Hasil Uji Reliabilitas.....	50
4.8 Hasil Uji Normalitas	51
4.9 Hasil Uji Multikolinieritas.....	52
4.10 Hasil Analisis Regresi Linear Berganda.....	54
4.11 Hasil Analisis Koefisien Korelasi.....	55
4.12 Hasil Analisis Koefisien Determinasi.....	56
4.13 Hasil Uji Secara Simultan.....	57
4.14 Hasil Uji Secara Parsial	58

DAFTAR GAMBAR

Gambar	Halaman
2.1 Kerangka Berpikir	22
4.1 Struktur Organisasi	42
4.2 Hasil Uji Heteroskedastisitas	53

DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran

1. Kuesioner
2. Tabulasi Data Variabel Pengalaman Pelanggan (X1)
3. Tabulasi Data Variabel Kelengkapan Fasilitas (X2)
4. Tabulasi Data Variabel Promosi (X3)
5. Tabulasi Data Variabel Loyalitas Pelanggan (Y)
6. Hasil Perhitungan Data Menggunakan Program *Statistical Product and Service Solutions (IBM SPSS) Version 30.0*
7. Tabel r Untuk $df = 51-100$

ABSTRAK

Skripsi dengan judul “Pengaruh Pengalaman Pelanggan, Kelengkapan Fasilitas Dan Promosi Terhadap Loyalitas Pelanggan Di Hotel Classie Palembang” ini ditulis oleh Camelia Candra, NIM 2101110048, pembimbing Noviarni, SE., M.Si. dan Yun Suprani, SE., M.Si.

Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis pengaruh variabel pengalaman pelanggan, kelengkapan fasilitas dan promosi terhadap loyalitas pelanggan di Hotel Classie Palembang. Jenis penelitian yang digunakan adalah penelitian kuantitatif. Pengumpulan data dilakukan melalui kuesioner yang didistribusikan kepada 95 responden, yang terdiri dari pelanggan Hotel Classie, dengan teknik pengambilan sampel accidental sampling. Analisis data dilakukan menggunakan metode regresi linier berganda melalui perangkat lunak IBM SPSS versi 30,0.

Hasil penelitian menunjukkan bahwa secara simultan, pengalaman pelanggan, kelengkapan fasilitas dan promosi memiliki pengaruh positif dan signifikan terhadap loyalitas pelanggan, yang ditunjukkan oleh nilai signifikansi uji F sebesar 0,001 ($< 0,05$). Variabel pengalaman pelanggan, secara parsial memiliki pengaruh signifikan terhadap loyalitas pelanggan, dengan nilai signifikansi sebesar 0,021 ($< 0,05$). Variabel kelengkapan fasilitas, secara parsial memiliki pengaruh signifikan terhadap loyalitas pelanggan, dengan nilai signifikansi sebesar 0,002 ($< 0,05$). Variabel promosi, secara parsial memiliki pengaruh signifikan terhadap loyalitas pelanggan, dengan nilai signifikansi sebesar 0,004 ($< 0,05$).

Koefisien determinasi (R^2) sebesar 37,3% menunjukkan bahwa keputusan menggunakan jasa asuransi dapat dijelaskan oleh ketiga variabel tersebut. Sisanya sebesar 62,7% dipengaruhi oleh faktor lain yang tidak diteliti dalam penelitian ini. Analisis regresi menunjukkan bahwa persamaan regresi yang dihasilkan adalah: $Y = 3.048 + 0,216X_1 + 0,340X_2 + 0,281X_3$, di mana X_1 adalah pengalaman pelanggan, X_2 adalah kelengkapan fasilitas, dan X_3 adalah promosi.

Kata Kunci: Pengalaman Pelanggan, Kelengkapan Fasilitas, Promosi, Loyalitas Pelanggan

ABSTRACT

Thesis entitled "The Influence of Customer Experience, Completeness of Facilities and Promotion on Customer Loyalty at Hotel Classie Palembang" was written by Camelia Candra, NIM 2101110048, supervisors Noviarni, SE., M.Sc. and Yun Suprani, SE., M.Sc.

This study aims to analyze the influence of customer experience variables, completeness of facilities and promotion on customer loyalty at Hotel Classie Palembang. The type of research used is quantitative research. Data collection was carried out through questionnaires distributed to 95 respondents, consisting of Hotel Classie customers, with accidental sampling technique. Data analysis was carried out using multiple linear regression methods through IBM SPSS software version 30.3.

The results of the study showed that simultaneously, customer experience, completeness of facilities and promotion have a positive and significant influence on customer loyalty, as indicated by the F test significance value of 0.001 (<0.05). The customer experience variable, partially has a significant influence on customer loyalty, with a significance value of 0.021 (<0.05). The completeness of facilities variable, partially has a significant influence on customer loyalty, with a significance value of 0.002 (<0.05). The promotion variable, partially has a significant influence on customer loyalty, with a significance value of 0.004 (<0.05).

The coefficient of determination (R^2) of 37,3% indicates that the decision to use insurance services can be explained by these three variables. The remaining 62,7% is influenced by other factors not examined in this study. Regression analysis shows that the resulting regression equation is $Y = 3.048 + 0,216X_1 + 0,340X_2 + 0,281X_3$, where X_1 is customer experience, X_2 is completeness of facilities, and X_3 is promotion.

Keywords: *Customer Experience, Completeness of Facilities, Promotion, Customer Loyalty*

RIWAYAT HIDUP

Camelia Candra, dilahirkan di Palembang pada tanggal 13 April 2003 dari Bapak Candra dan Ibu Welly Nawati, anak ke-1 dari 4 bersaudara.

Sekolah Dasar diselesaikan pada tahun 2015 di SDN 42 Palembang, Sekolah Menengah Pertama di selesaikan tahun 2018 di SMPN 58 Palembang dan selanjutnya menyelesaikan Sekolah Menengah Atas pada tahun 2021 di SMA Islam Al-Amalul Khair Palembang. Pada tahun 2021 memasuki Fakultas Ekonomi dan Bisnis Program Studi Manajemen Universitas Tridinati.

Palembang, Januari 2025

Camelia Candra

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

Kota Palembang Ini adalah kota wisata yang sering dipadati pengunjung baik untuk perjalanan liburan maupun bisnis. Oleh karena itu, terdapat banyak pondok atau penginapan di kota tersebut. Banyaknya jumlah hotel di Palembang mendorong persaingan antar pelaku usaha perhotelan untuk menarik wisatawan mancanegara maupun domestik.

Hotel Fasilitas adalah jenis bisnis yang menguntungkan yang menyediakan layanan seperti akomodasi, makanan dan minuman, dan layanan lainnya. Agar dapat bertahan dalam persaingan yang ketat, sebuah hotel harus mampu mengelola hotelnya secara profesional dan inovatif agar berbeda dengan hotel lainnya agar dapat menarik minat pelanggan sebanyak-banyaknya. Dimulai dari bangunan hotel, desain interior dan eksterior, suasana di dalam kamar, makanan dan minuman, serta ruang dan fasilitas hotel. Fasilitas pendukung yang cukup menarik perhatian seperti *ballroom, restaurant, gym, parkir gratis* dan fasilitas-fasilitas lainnya (Husen, 2020).

Memprioritaskan kepuasan pelanggan dengan adanya kelengkapan fasilitas dan promosi akan memberikan pengalaman baik bagi pelanggan yang tentunya akan terciptanya loyalitas. Loyalitas pelanggan adalah komitmen mendalam dari

pelanggan untuk terus melakukan pembelian ulang produk atau jasa tertentu secara konsisten (Griffin dalam Pohan & Aulia, 2019).

Dalam terciptanya loyalitas pelanggan tentunya pengalaman pelanggan sangat berpengaruh terhadap loyalnya pelanggan. Pengalaman pelanggan adalah memberikan kenangan yang baik agar dapat menciptakan kepercayaan di ingatan pelanggan sehingga dapat membentuk perasaan senang, keterikatan dan perasaan emosional yang kuat terhadap perusahaan (Syahputra & murwatiningsih dalam Setiobudi et al., 2021).

Fasilitas di hotel juga merupakan faktor pendukung loyalitas pelanggan, fasilitas adalah segala sesuatu yang berwujud fisik yang dimiliki oleh hotel upaya memuaskan pelanggan dengan cara memenuhi segala keinginan mereka demi mempermudah segala aktivitas ataupun kegiatan mereka selama berada di dalam hotel. Berbagai macam penawaran yang diberikan kepada pelanggan berupa berbagai fasilitas yang disediakan bertujuan demi mencapai kepuasan dan kenyamanan pelanggan (Muhammad, 2018).

Selain dengan adanya fasilitas yang lengkap, pelanggan juga akan menjadi loyal Dengan periklanan, karena periklanan merupakan salah satu cara menawarkan suatu produk atau jasa, maka mereka yang awalnya enggan membeli suatu produk atau jasa bisa saja berubah pikiran dan menjadi tertarik pada produk atau jasa tersebut. Selain itu, promosi mendorong pelanggan yang sudah ada untuk membeli produk dan layanan lebih sering untuk memastikan pembelian berulang. Dengan adanya promosi yang terarah, maka dapat memberikan pengaruh positif dan meningkatnya penjualan (Anjelina Dorkas, 2021).

Semua faktor-faktor pendorong majunya bisnis perhotelan sebagaimana dibahas di atas, juga menjadi pertimbangan penting bagi Classie Hotel Palembang. Hotel ini merupakan hotel kelas bintang tiga yang berlokasi di Rajawali Palembang. Lokasinya sangat strategis yang berada di tengah kota, berdekatan dengan tempat berbelanja seperti Social Market dan Palembang Trade Center Mall serta beberapa tempat hiburan lainnya.

Keluhan pelanggan yang pernah menginap di Hotel Classie adalah pertama: desain eksterior yang biasa saja sehingga banyak pelanggan yang kurang tertarik untuk menginap di hotel ini, kedua: fasilitas yang kurang lengkap karena tidak ada kolam renang, taman, dan SPA, ketiga: kurangnya promosi di Hotel Classie sehingga pelanggan lebih memilih hotel yang harganya tidak jauh berbeda dengan fasilitas yang lebih lengkap, keempat: tempat parkir yang kurang luas karena berdempetan dengan ruko-ruko lainnya sehingga beberapa pelanggan sulit untuk mendapatkan tempat parkir dan kelima: pelayanan yang kurang maksimal seperti terlambatnya jam check-in hingga pelanggan harus menunggu lama dari jam yang sewajarnya yaitu pukul 14.00 WIB.

Berdasarkan berbagai macam permasalahan dan keluhan-keluhan yang muncul dari para tamu di Classie Hotel Palembang terkait fasilitas-fasilitas yang disediakan serta pelayanan yang diberikan hotel ini, maka menurut penulis sangat menarik untuk meneliti lebih lanjut permasalahan ini dan mengangkatnya kedalam sebuah karya ilmiah berbentuk skripsi, adapun judul skripsi dalam penelitian ini adalah **“PENGARUH PENGALAMAN PELANGGAN, KELENGKAPAN**

FASILITAS DAN PROMOSI TERHADAP LOYALITAS PELANGGAN DI HOTEL CLASSIE PALEMBANG”.

1.2 Perumusan Masalah

Berdasarkan Latar Belakang yang telah diuraikan di atas, maka perumusan masalah dalam penelitian ini sebagai berikut:

1. Apakah pengalaman pelanggan, kelengkapan fasilitas dan promosi berpengaruh secara simultan terhadap loyalitas pelanggan di Hotel Classie Palembang?
2. Apakah pengalaman pelanggan berpengaruh secara parsial terhadap loyalitas pelanggan di Hotel Classie Palembang?
3. Apakah kelengkapan fasilitas berpengaruh secara parsial terhadap loyalitas pelanggan di Hotel Classie Palembang?
4. Apakah promosi berpengaruh secara parsial terhadap loyalitas pelanggan di Hotel Classie Palembang?

1.3 Tujuan Penelitian

Berdasarkan Perumusan Masalah di atas, maka tujuan dalam penelitian ini yaitu untuk mengetahui, menganalisa dan membuktikan:

1. Pengaruh pengalaman pelanggan, kelengkapan fasilitas dan promosi secara simultan terhadap loyalitas pelanggan di Hotel Classie Palembang.

2. Pengaruh pengalaman pelanggan secara parsial terhadap loyalitas pelanggan di Hotel Classie Palembang.
3. Pengaruh kelengkapan fasilitas secara parsial terhadap loyalitas pelanggan di Hotel Classie Palembang.
4. Pengaruh promosi secara parsial terhadap loyalitas pelanggan di Hotel Classie Palembang.

1.4 Manfaat Penelitian

Adapun manfaat yang diharapkan dari penelitian ini adalah sebagai berikut:

1. Bagi Akademik

Penelitian ini diharapkan dapat menjadi bahan masukan atau referensi maupun pembandingan untuk membantu mahasiswa melakukan penelitian yang sama di masa mendatang.

2. Bagi Classie Hotel

Untuk menjadi bahan masukan bagi hotel, agar dapat menjadi hotel yang lebih baik lagi ke depannya.

3. Bagi Penulis

Untuk dapat memperlengkap dan memperluas wawasan dan pengetahuan sehubungan mengenai pengaruh pengalaman pelanggan, kelengkapan fasilitas dan promosi terhadap loyalitas pelanggan di salah satu hotel, yaitu Classie Hotel Palembang.

DAFTAR PUSTAKA

- Adinda, O. P. M., & Abrian, Y. (2022). Pengaruh Fasilitas Kamar Terhadap Kepuasan Tamu Menginap di Favehotel Olo Padang. *Jurnal Pendidikan Tambusai*, 6(2), 15104–15112.
- Aldi Samara, & Metta Susanti. (2023). Pengaruh Kemudahan Penggunaan, Pengalaman Pengguna Dan Kepuasan Pelanggan Terhadap Loyalitas Pelanggan Pada Penggunaan Aplikasi Dompot Digital (E-Wallet) di Kalangan Mahasiswa Universitas Buddhi Dharma. *Jurnal Riset Akuntansi*, 1(2), 249–260. <https://doi.org/10.54066/jura-itb.v1i2.700>
- Alnando, T., & Hutapea, J. Y. (2021). Pengaruh Kualitas Produk Dan Promosi Terhadap Keputusan Pembelian Smartphone Samsung (Studi Kasus Pada Desa Pabuaran). *Jurnal Ekonomis*, 14(1), 76–88.
- Ezalia, E., R, I. E., Elizabeth, G., My, W. A. N. H., Norhanim, A., Wahidah, A., Ym, C., Rahimah, A., Chin, J. G., Juliana, I., Hamid, A., Gunasagaran, K., Amir, J., John, P., Azmi, A., Mangantig, E., Hockham, C., Ekwattanakit, S., Bhatt, S., ... Mary Anne Tan, J.-A. (2020). Jurnal Syntax Transformation. *Orphanet Journal of Rare Diseases*, 21(1), 1–9.
- Garaika, D. (2019). *Metodologi Penelitian*. CV. HIRA TECH.
- Ghozali, I. (2018). *Aplikasi Analisis Multivariate dengan Program IBM SPSS 25* (Edisi 9). Universitas Diponegoro.
- Ghozali, I. (2021). *Aplikasi Analisis Multivariate Dengan Program IBM SPSS 25* (10th ed.). Badan Penerbit Universitas Diponegoro.
- Hartati & Nurdin. (2019). Analisis Profitabilitas, Pertumbuhan Aset Dan Leverage Terhadap Nilai Perusahaan Dengan Ukuran Perusahaan Sebagai Variabel Moderator. *Pengertian Metodologi Penelitian*, 32–41.
- Husen, A. (2020). *Pengaruh Fasilitas Dan Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Tamu Hotel*. 19–62.

- Irawan, M. R. N., Sayekti, L. I., & Ekasari, R. (2021). Pengaruh fasilitas wisata, promosi dan harga terhadap minat wisatawan berkunjung pada wisata wego lamongan. *Jurnal Ecopreneur*, 12, 4(2).
- Jumawar, E., & Nurmartian, E. (2022). PENGARUH CUSTOMER EXPERIENCE DAN CUSTOMER VALUE TERHADAP CUSTOMER LOYALTY INDIHOME (Pada Pelanggan Indihome Area Gegerkalong). *Journal Competency of Business*, 5(02), 102–111. <https://doi.org/10.47200/jcob.v5i02.1094>
- Kotler, Philip dan Armstrong, G. (2019). *Prinsip-Prinsip Pemasaran* (Edisi 12 J). Erlangga.
- Kusnadi, E., Habibarrahan, moh fathoni, & Fandiyanto, R. (2022). Loyalitas Melalui Variabel Intervening Kepuasan Pengunjung Pada Hotel Rengganis. *Jurnal Mahasiswa Entrepreneur (JME)* 5, 1(5), 1176–1187.
- Laksana, M. F. (2019). *Praktis Memahami Manajemen Pemasaran*. CV Al Fath Zumar.
- Muhammad, J. (2018). PENGARUH FASILITAS DAN PELAYANAN TERHADAP KEPUASAN PENGUNJUNG PADA HOTEL DHARMAWANGSA. *Jurnal Ilmiah Semarak*, 1(1), 107–115.
- Novianti, L., & Sulivyo, L. (2021). Pengaruh Kualitas Produk Dan Promosi Terhadap Keputusan Pembelian Pada Smartphone Made in China Di Kecamatan Cikupa Kabupaten Tangerang. *Jurnal Cafetaria*, 2(2), 15–27.
- Pandawangi.S. (2021). Metodologi Penelitian. *Journal Information*, 4, 1–5.
- Pelipe. (2019). Loyalitas Konsumen Pada Hotel Grand Inna Medan Skripsi Oleh : Polin Pelipe Fakultas Ekonomi & Bisnis Universitas Medan Area Medan. *Loyalitas Konsumen Pada Hotel Grand Inna Medan Skripsi Oleh : Polin Pelipe Fakultas Ekonomi & Bisnis Universitas Medan Area Medan*, 19.
- Pohan, F. S., & Aulia, Z. F. (2019). Kualitas situs web, kepercayaan, dan loyalitas konsumen Tokopedia. *Jurnal Manajemen Strategi Dan Aplikasi Bisnis*, 2(1), 13–22. <https://doi.org/10.36407/jmsab.v2i1.43>

- Promosi, P., Dan, H., & Terhadap, M. (2021). *KEPUTUSAN MENGINAP DI HOTEL (Martin Anugrah Hotel & Restaurant di Doloksanggul Kabupaten Humbang Hasundutan) SKRIPSI OLEH : ANJELINA DORKAS SITUMORANG P R O G R A M S T U D I M A N A J E M E N FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS UNIVERSITAS MEDAN AREA MEDAN PENG.*
- Rahman, R. A., Lestari, S. P., & Asyiah, A. K. (2024). *The Influence Of Promotion And Perception Of Price On Purchase Decision At Sajodo Snack Shop Pengaruh Promosi Dan Persepsi Harga Terhadap Keputusan Pembelian Toko Sajodo Snack.* 1(1), 27–38.
- Rahmawati, N., Ramdan, A. M., & Samsudin, A. (2019). Analisis Nilai Pelanggan dan Pengalaman Pelanggan terhadap Kepercayaan Pelanggan Wisata Kuliner Selamat Toserba Sukabumi. *JOMB: Journal of Management and Bussines*, 1(1), 109–119.
- Ryan Iqbal Trysakti. (2023). *Pengaruh Suasana Toko Dan Pengalaman Pelanggan Terhadap Keputusan Pembelian Ulangpada Pelanggan Swalayan 88 Medan.* 65. <https://repositori.uma.ac.id/handle/123456789/20194>
- Safitri, T. N. (2019). Pengaruh Kualitas Pelayanan, Fasilitas, dan Kepuasan Pelanggan Terhadap Loyalitas Pelanggan Di PO.New Shantika Jepara. *Paper Knowledge . Toward a Media History of Documents*, April, 49–58.
- Santi Jesica Sembiring, H. I. T., & , Jumjuma, S.E., M. S. . (2022). Pengaruh Kualitas Pelayanan, Fasilitas Dan Harga Terhadap Tingkat Kepuasan Pelanggan Pada Cabin/Belltent the Kaldera Toba Nomadic Escape(Toba Samosir). *Prosiding Konferensi Nasional ...*, 4–11. <http://ojs.polmed.ac.id/index.php/KONSEP2021/article/view/859%0Ahttps://ojs.polmed.ac.id/index.php/KONSEP2021/article/download/859/427>
- Setiobudi, A., Sudyasjayanti, C., & Danarkusuma, A. A. (2021). Pengaruh Pengalaman Pelanggan, Kualitas Layanan Dan Kepercayaan Pelanggan Terhadap Kesiediaan Untuk Membayar. *JBMI (Jurnal Bisnis, Manajemen, Dan Informatika)*, 17(3), 238–252. <https://doi.org/10.26487/jbmi.v17i3.12442>
- Stanley, V., & Sidharta, H. (2023). Pengaruh Kualitas Pelayanan dan Fasilitas terhadap Loyalitas Pelanggan Rumah Kost Surabaya Barat. *Performa*, 8(4), 418–427. <https://doi.org/10.37715/jp.v8i4.3793>

Sugiyono. (2019). *Metode Penelitian Kuantitatif Kualitatif dan R&D*. Alfabeta Bandung.

Sugiyono. (2020). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif dan R&D*. Alfabeta.

Surbakti, A. (2022). Pengaruh Promosi dan Kualitas Pelayanan terhadap Minat menjadi Nasabah pada Perusahaan Asuransi. *SKYLANDSEA PROFESIONAL Jurnal Ekonomi, Bisnis Dan Teknologi*, 2(2), 215–220.

Wahyuni, R. wahyuni, & Syaifullah. (2021). Pengaruh Kualitas Pelayanan Dan Promosi Terhadap Loyalitas Pelanggan Harmoni Suites Hotel Batam. ...
JOURNAL: Jurnal Ilmiah
https://forum.upbatam.ac.id/index.php/scientia_journal/article/view/4227%0
[Ahttps://forum.upbatam.ac.id/index.php/scientia_journal/article/download/4227/2222](https://forum.upbatam.ac.id/index.php/scientia_journal/article/download/4227/2222)

Wardhana, E. (2019). Pengaruh Nilai Utilitarian, Nilai Hedonis, Pengalaman Pelanggan, Kepercayaan Merek Terhadap Lotalitas Pelanggan Sonny Vario. *Jurnal Ekonomi Dan Industri*.

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. *Cakrawala*, 3(1), 11–21.

Zare, M., & Mahmoudi, R. (2020). The effects of the online customer experience on customer loyalty in e-retailers. *International Journal of Advanced Engineering, Management and Science*, 6(5).