

## INTISARI

Pandemi Covid-19 menyebabkan wisatawan yang datang ke Yogyakarta mengalami penurunan yang signifikan. Terdapat 163 hotel yang bersaing ketat untuk tetap bisa mengisi tingkat hunian kamar. Pihak hotel berusaha untuk memberikan pengalaman pelanggan terbaik kepada tamu yang menginap. Penelitian ini tentang penilaian tamu hotel terkait pengalaman pelanggan dan yang mereka dapatkan terhadap pengelolaan fasilitas dan pelayanan di The 101 Yogyakarta Tugu Hotel. Komponen penilaian meliputi beberapa faktor yang dapat digunakan untuk meningkatkan pengalaman pelanggan oleh Lemke (2006:17) yaitu Aksesibilitas (*Accessibility*), Kompetensi (*Competence*), Pengenalan Konsumen (*Customer Recognition*), Berguna (*Helpfulness*) Personalisasi (*Personalization*), Penyelesaian Masalah (*Problem Solving*), Pemenuhan Janji (*Promise Fulfillment*) dan Keberhargaan Waktu (*Value for The Time*). Penelitian ini dilakukan dengan data kuantitatif berupa penyebaran kuesioner kepada 97 tamu responden yang telah menginap di The 101 Yogyakarta Tugu Hotel. Pengambilan data juga dilakukan dengan observasi lapangan untuk menentukan indikator kuesioner serta studi pustaka. Nilai rata-rata yang dihasilkan akan dijabarkan secara deskriptif.

Hasil dari penelitian yang dilakukan adalah nilai respon tamu terhadap pengelolaan fasilitas dan pelayanan The 101 Yogyakarta Tugu Hotel adalah positif. Dari hasil rata-rata yang diperoleh terdapat dua item kuesioner dengan nilai rata-rata yang rendah yaitu item “area parkir hotel yang luas” dan item “terdapat fasilitas tambahan seperti penjemputan dan pengantaran tamu serta *city tour* yang dapat dipesan dengan mudah”. Hal ini menjadi bahan evaluasi bagi hotel guna melakukan inovasi dan pembaharuan agar pengalaman pelanggan yang diberikan tetap baik bagi para tamu.

**Kata Kunci:** hotel, pengalaman pelanggan, fasilitas, analisis, konsumen

## ABSTRACT

The Covid-19 pandemic has caused a significant decrease of tourist arrival to Yogyakarta. There are 163 hotels are competing to fill their room occupancy rate. The hotels try their best to give customer experience for the guests. This study discusses the assessment of hotel guests about the customer experience which they get about the management of facilities and services at The 101 Yogyakarta Tugu Hotel. The assessment component includes several factors that can be used to improve customer experience by Lemke (2006:17) such as Accessibility, Competence, Customer Recognition, Helpfulness, Personalization, Problem Solving, Promise Fulfillment and Value for The Time. This study use quantitative data that distributes questionnaires to 97 guest respondents for those who had stayed at The 101 Yogyakarta Tugu Hotel. Data collection was also obtained from field observations to determine questionnaire indicators and literature studies. The result of average value will be described descriptively.

The results of this research are the value of guest responses to the management of facilities and services at The 101 Yogyakarta Tugu Hotel is positive. From the average results obtained, there are two questionnaire items with a low average value, it is the item of a “large hotel parking area” and” additional facilities such as pick-up and drop-off guests and city tours that can be ordered easily”. This is an evaluation material for hotels to innovate and renew some package so the customer experience provided remains good for guests.

**Keywords: hotels, customer experience, facilities, analysis, customer**



**Analisis Pengalaman Pelanggan Terhadap Pengelolaan Fasilitas Dan Pelayanan Di The 101  
Yogyakarta**

**Tugu Hotel Selama Pandemi Covid 19**

AMALIA ECSAKIRANI, Fahmi Prihantoro, S.S., S.H., M.A

Universitas Gadjah Mada, 2021 | Diunduh dari <http://etd.repository.ugm.ac.id/>