

**Studi Komparasi Pengalaman Menginap Tamu pada Hotel Kabin Area
Perkotaan dan Kawasan Wisata Kota Bandung**

Rahma Rosdiana¹, Ersy Ervina², Tito Pandu Raharjo³

Hospitality and Culinary Art, Fakultas Ilmu Terapan

Universitas Telkom, Bandung^{1,2,3}

rahmarosdiana20@gmail.com¹, ersyervina@telkomuniversity.ac.id²

titopanduraharjo@telkomuniversity.ac.id³

ABSTRACT

Cabin and low budget hotels are in great demand today, both in urban areas and in tourist areas. Although much in demand, until now there has been no research that measures how the experience of staying in urban areas and tourist areas compares. This study aims to analyze the guest's stay experience at the cabin hotel by comparing the two objects so that it can be used as an evaluation for the cabin hotel management to further improve service quality in providing a good stay experience. The approach used in this study is descriptive quantitative with cross-tabulation data analysis (Crosstab) assisted by SPSS version 25.0 software. By measuring the stay experience based on customer experience indicators consisting of sensor experience, emotional experience, and social experience. In cabin hotels, the results of research felt by tourists show that the experience of staying at cabin hotels in urban areas is more dominant in the sensor experience indicator, while in tourist area cabin hotels it is more dominant in the emotional experience indicator. For future researchers, the researcher suggests adding other variables and taking samples with a wider scope to maximize the quality of services provided for a better and memorable stay experience. And provide training to staff in terms of superior service such as improving interpersonal skills and being responsive to guest needs.

Keywords: *Customer Experience; Service Quality; Cabin Hotels*

ABSTRAK

Hotel berkonsep kabin dan *low budget* banyak diminati saat ini, baik di area perkotaan maupun di kawasan wisata. Meskipun banyak diminati, hingga kini belum ada penelitian yang mengukur bagaimana perbandingan pengalaman menginap di area perkotaan dan kawasan wisata. Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis pengalaman menginap tamu pada hotel kabin dengan membandingkan kedua objek tersebut agar bisa dijadikan evaluasi bagi pihak *management* hotel kabin untuk lebih meningkatkan kualitas pelayanan dalam memberikan pengalaman menginap yang baik. Pendekatan yang digunakan dalam penelitian ini adalah kuantitatif deskriptif dengan Analisa data Tabulasi Silang (*Crosstab*) dibantu *software* SPSS versi 25.0. Dengan mengukur pengalaman menginap berdasarkan indikator *customer experience* yang terdiri dari *sensor experience*, *emotional experience*, dan *social experience*. Pada hotel kabin hasil penelitian yang dirasakan wisatawan, menunjukkan bahwa pengalaman menginap pada hotel kabin di area perkotaan lebih dominan pada indikator *sensor experience*, sedangkan pada hotel kabin kawasan wisata lebih dominan pada indikator *emotional experience*. Bagi peneliti selanjutnya, peneliti menyarankan menambahkan variabel lainnya dan mengambil sampel dengan cakupan yang lebih luas untuk memaksimalkan kualitas pelayanan yang diberikan untuk pengalaman menginap yang lebih baik maupun

mengesankan. Dan memberikan pelatihan kepada staf dalam hal pelayanan yang unggul seperti meningkatkan keterampilan interpersonal dan responsif terhadap kebutuhan tamu.

Kata kunci: *Hotel Kabin; Kualitas Pelayanan; Customer Experience*

PENDAHULUAN

Data yang dikeluarkan oleh Kementerian Pariwisata dan Ekonomi Kreatif pada tahun 2018 mengungkapkan fakta menarik bahwa industri pariwisata telah menjadi salah satu kontributor penting terhadap penerimaan devisa negara sejak tahun 2013. Bahkan, industri pariwisata mampu menempati posisi terhormat sebagai penyumbang devisa negara ketiga setelah sektor minyak dan gas bumi, batu bara, dan kelapa sawit. Di samping, industri hotel juga berkontribusi pada pendapatan industri pariwisata Bandung (Ervina dkk., 2023). Hotel kabin merupakan salah satu jenis akomodasi yang saat ini sedang marak penggunaannya dan bergerak di bidang industri jasa yang sama dengan hotel berbintang lainnya tetapi memiliki perbedaan yang cukup signifikan. Hotel ini umumnya berbentuk seperti hotel *budget* dengan kamar sederhana dan kamar mandi berada di luar kamar. Menurut Powers, Barrows, dan Reynolds (2012), hotel *budget* merupakan salah satu jenis *limited service* hotel yang ditandai dengan tidak adanya ruang terbuka publik yang besar, layanan makan dan minum yang kecil. Hotel kabin yang sedang berkembang pesat saat ini salah satunya hotel kabin Bobobox Pods Paskal dan Bobocabin Cikole.

Hotel kabin tentunya memberikan pengalaman yang menarik dan kenyamanan bagi setiap tamu yang menginap. Meskipun begitu ulasan-ulasan berdasarkan Google Review tahun 2023 menunjukkan terdapat beberapa tamu mengalami pengalaman tidak memuaskan, dengan perbedaan persentase 10% didapat dari hasil persentase pada hotel Bobobox Pods Paskal 91% berlokasi di area perkotaan dan Bobocabin Cikole 81% berlokasi di kawasan wisata. Beberapa dari ulasan tersebut menyatakan keluhan dimulai dari kualitas pelayanan hingga ke pengalaman yang didapat ketika menginap.

Menurut Tjiptono (2017) mendefinisikan kualitas pelayanan atau kualitas jasa sebagai ukuran seberapa bagus tingkat layanan yang diberikan mampu sesuai dengan ekspektasi pelanggan. Mengingat bahwa terdapat ulasan yang mengatakan pengalamannya tidak memuaskan, perlu untuk meningkatkan dan menjaga kualitas pelayanan yang diterapkan oleh hotel kabin area perkotaan maupun kawasan wisata untuk menciptakan pengalaman yang berkesan atau baik. Pengalaman dapat diartikan sebagai sesuatu yang pernah dialami, dijalani maupun dirasakan, baik sudah lama maupun yang baru saja terjadi (Saparwati, 2012). Oleh karena itu penting untuk menganalisis kualitas pelayanan terhadap pengalaman menginap guna menciptakan pengalaman yang sesuai dengan ekspektasi tamu, baik yang akan dirasakan maupun hanya pengalaman menginap biasa.

Kualitas Pelayanan

Menurut Tjiptono (2017) mendefinisikan kualitas pelayanan atau kualitas jasa sebagai ukuran seberapa bagus tingkat layanan yang diberikan mampu sesuai dengan ekspektasi pelanggan. Guna menunjang kebutuhan tamu dalam sebuah hotel

dibutuhkan kualitas pelayanan yang memenuhi kepuasan dan kenyamanannya. Tujuan dari pelayanan itu sendiri untuk menciptakan pengalaman yang berkesan terhadap konsumen yang ditujukan kepada individu maupun kelompok masyarakat. Kualitas pelayanan merupakan unsur terpenting dalam perusahaan untuk mempertahankan konsumen. Menurut Parasuraman, Zeithaml, dan Berry sebagaimana dikutip oleh Tjiptono (2008), lima dimensi pokok penting pelayanan, yakni: Reliabilitas (*Reliability*), Daya Tanggap (*Responsiveness*), Jaminan (*Assurance*), Empati (*Emphaty*), Bukti Fisik (*Tangibles*). Hal ini bisa menjadi ukuran untuk menganalisis apakah kualitas pelayanan yang diberikan dapat memberikan pengalaman yang sesuai ekspektasi tamu atau bahkan sebaliknya.

Customer Experience

Pengalaman yang terjadi dapat diberikan kepada siapa saja untuk digunakan dan menjadi pedoman serta pembelajaran manusia (Notoatmojo, 2012). Teori ini merujuk pada suatu *customer experience* yang menurut Chen & Lin (2015) *customer experience* adalah sebagai pengakuan kognitif atau persepsi menstimulasi motivasi pelanggan. Nasermodeli, Ling & Maghnatic (2013) mengatakan, "Terdapat tiga indikator *customer experience* yaitu *sensory experience* (pengalaman yang dirasakan melalui panca indra konsumen), *emotional experience* (pengalaman yang dirasakan melalui perasaan konsumen) dan *sosial experience* (pengalaman berdasarkan perilaku bersosialisasi konsumen)."

METODE PENELITIAN

Penelitian ini menggunakan pendekatan kuantitatif dengan metode penelitian yang berlandaskan pada filsafat positivisme. Pendekatan ini digunakan untuk meneliti pada populasi atau sampel tertentu, teknik pengambilan sampel acak, pengumpulan data menggunakan instrumen penelitian objektif, dan analisis data bersifat kuantitatif atau statistik. Tujuannya untuk menguji hipotesis yang telah ditetapkan. Penelitian ini dilakukan di area perkotaan dan kawasan wisata, khususnya di Bobobox Pods Paskal dan Bobocabin Cikole. Penelitian berlangsung selama sekitar 3 bulan. Populasi penelitian ini yaitu tamu yang pernah menginap di hotel kabin area perkotaan dan kawasan wisata. Teknik sampling dipilih menggunakan metode *purposive sampling*.

Penentuan ukuran dalam penelitian ini menggunakan rumus Lemeshow (Lemeshow, Hosmer, Klar & Lwanga, 1990), hal ini dikarenakan jumlah populasi tidak diketahui. Hasil perolehan jumlah sampel minimal yang dibutuhkan dalam penelitian ini 192,08 responden dan dibulatkan oleh peneliti menjadi 200 responden. Alasan peneliti menggunakan rumus dari Lemeshow (1997) karena populasi yang dituju selalu berubah-ubah tergantung dengan *occupancy* yang diterima oleh kedua hotel tersebut.

Data yang dibutuhkan dalam penelitian ini bersifat kuantitatif dan diperoleh dari sumber data primer dan sekunder. Data primer diperoleh melalui penyebaran kuesioner kepada pengguna hotel, sedangkan data sekunder diperoleh melalui jurnal, studi pustaka, media sosial hotel, wawancara, dan observasi. Instrumen penelitian

yang digunakan yaitu kuesioner dengan Skala Likert untuk mengukur sikap, pendapat, dan persepsi responden terhadap variabel yang diteliti. Operasionalisasi variabel dilakukan dengan mengidentifikasi dimensi operasional dan indikator untuk setiap variabel yang diteliti, seperti kualitas layanan dan pengalaman pelanggan.

Data dikumpulkan melalui angket/*questionnaire*, studi pustaka, observasi, dan dokumentasi. Instrumen kuesioner digunakan untuk mengumpulkan data dari masyarakat luas, sedangkan studi pustaka, observasi, dan dokumentasi digunakan sebagai sumber data sekunder. Data dianalisis dengan metode kuantitatif deskriptif, serta menggunakan teknik analisis tabulasi silang (*crosstab*) untuk mengamati distribusi frekuensi dari kombinasi dua atau lebih variabel. Uji validitas dan reliabilitas juga dilakukan untuk mengukur keabsahan dan konsistensi instrumen penelitian. Analisis deskriptif digunakan untuk memberikan gambaran tentang variabel yang diteliti.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Hotel kapsul pertama dibuka pada tahun 1979 bernama Capsule Inn di Osaka. Hotel yang didesain oleh Kisho Kurokawa ini terletak di distrik Umeda, Osaka, Jepang, dikarenakan keterbatasan lahan, perjalanan para *businessman* yang meningkat dan tingginya permintaan tempat akomodasi, maka dibuatlah Capsule Hotel. Di Indonesia sendiri hotel kapsul hadir pada tahun 2017 di Grand Whiz Tawas berlokasi Mojokerto Jawa Timur dengan menghadirkan 100 ruang kapsul. Beberapa hotel kapsul ataupun kabin telah hadir dengan berbagai tema dan juga menambahkan beberapa fitur teknologi di dalamnya. Berbeda dengan hotel kabin yang umumnya merupakan bangunan rumah kayu atau *log cabin* yang berasal dari Eropa dan Amerika. Memiliki fungsi yang berbeda khususnya berada di tempat alam terbuka menyatu dengan lingkungan sehingga, bisa dikatakan rumah ramah lingkungan.

Tabel 1. Populasi Hotel Kapsul/Kabin

No.	Hotel <i>Cabin</i> Area Perkotaan (City)	Hotel <i>Cabin</i> Kawasan Wisata (Resort)
1	Bobobox Pods Alun – Alun	Bobocabin Cikole
2	Bobobox Pods Dago	Bobocabin Rancaupas
3	Bobobox Pods Paskal	Mulberry Hill by The Lodge
4	Bobobox Pods Cipaganti	Kabin Putih Lembang
5	Cabine Capsule by J Residence	Mountain Cabin
6	Temmu Co – living	Kala kabin
7	Shakti capsule	Arunni Cabin
8	Buton Backpacker Lodge	

9	Tokyo Cubo
10	Mypodroom capsule room
11	VK Pods Bandung
12	INAP at Capsule Hostel

Sumber: Penulis 2023

Sama seperti halnya Bobobox Pods Paskal dan Bobocabin Cikole, yang menyediakan akomodasi penginapan tetapi dengan *budget* murah namun masih memberikan kenyamanan untuk pengalaman menginap. Hotel kabin tentunya memberikan pengalaman yang menarik dan kenyamanan bagi setiap tamu yang menginap. Dimulai dengan fasilitas yang diberikan tentunya berbeda antara Bobobox Pods Paskal dan Bobocabin Cikole sesuai dengan kebutuhannya. Contohnya fasilitas toilet dan kamar mandi yang dipakai di Bobobox Pods Paskal digunakan secara *sharing* atau berbagi. Untuk Bobocabin sendiri pada setiap *cabin*-nya sudah termasuk fasilitas toilet dan kamar mandi tetapi tidak untuk *cabin* tipe Standar. Berbeda halnya dengan teknologi yang diberikan, hal ini menjadi daya dukung bagi Bobobox Pods Paskal maupun Bobocabin Cikole dengan teknologi konektivitasnya antara pengguna dengan hotel tersebut, dengan menggunakan aplikasi seluler.

Analisis Deskriptif

Tabel 2. Rekapitulasi Jumlah Responden Menginap Di Hotel Kabin

Hotel Kabin	F	%
Area Perkotaan	104	44,3
Kawasan Wisata	99	42,1
Total	203	100

Sumber: Hasil olah data SPSS versi 25 Tahun 2023

Dalam penelitian ini diperoleh sebesar 235 responden, namun hanya 203 responden yang memenuhi kriteria dan digunakan untuk analisis lebih lanjut. Terdapat dua jenis hotel kabin yang dibandingkan: Hotel Kabin Area Perkotaan dengan 104 responden (44,3%) dan Hotel Kabin Kawasan Wisata dengan 99 responden (42,1%). Adapun rekapitulasi dari karakteristik demografi terdiri dari jenis kelamin, usia, pendapatan, pekerjaan, frekuensi, tujuan, dengan siapa tamu menginap, tipe kamar, hingga motivasi tamu menginap.

Tabel 3. Karakteristik Responden

Variabel	Klasifikasi	Hotel Kabin Area Perkotaan (%)	Hotel Kabin Kawasan Wisata (%)
Jenis Kelamin	Laki-laki	32,7	37,2
	Perempuan	67,3	62,2

Usia	< 17 tahun	1,9	5,1
	17 - 24 tahun	64,4	27,3
	25 - 34 tahun	20,2	45,5
	35 - 49 tahun	11,5	22,2
	> 50 tahun	1,9	-
Pendapatan	< Rp. 2.000.000	42,3	9,1
	Rp. 2.000.000 - Rp. 5.000.000	14,4	12,1
	Rp. 5.000.000 - Rp. 7.000.000	17,3	48,5
	Rp. 7.000.000 - Rp. 10.000.000	26,0	29,3
	> Rp. 10.000.000	-	1,0
Pekerjaan	Pelajar / Mahasiswa	37,4	15,2
	Wirausaha	22,1	26,3
	Pegawai Swasta	31,5	49,5
	Pegawai Negeri	7,7	9,1
	Lain - Lain	2,0	-
Frekuensi Menginap	1 kali	32,7	14,1
	2-3 kali	36,5	27,3
	3-4 kali	29,8	58,6
	> dari 5 kali	1,0	-
Tujuan Menginap	Liburan	24,0	59,6
	Mengunjungi Kerabat/Teman/Keluarga	8,7	12,1
	Perjalanan bisnis	58,7	18,2
	Wisata edukasi	8,7	10,1
Lama Menginap	1 malam	58,7	24,2
	2-3 malam	8,7	31,3
	3-5 malam	24,0	44,4
	> dari 5 malam	8,7	-
Dengan Siapa Tamu Menginap	Sendiri	11,5	16,2
	Bersama Rekan	57,7	60,6
	Bersama Keluarga	27,9	23,2
	Bersama Teman	2,9	-
Tipe Kamar Saat Menginap	Kamar Dengan Harga Rendah	27,9	22,2
	Kamar Dengan Harga Menengah	60,6	65,7
	Kamar Dengan Harga Tinggi	11,5	12,1
Motivasi Menginap	Relaksasi	32,7	19,2
	Mencari Ketenangan	29,8	54,5

Mencari Suasana Baru	36,5	25,3
Lainnya	1,0	1,0

Sumber: Hasil olah data SPSS versi 25 Tahun 2023

Berdasarkan hasil karakteristik responden berdasarkan jenis kelamin dengan persentase tertinggi ada pada perempuan (67,3%), usia rentang 17 - 24 tahun (64,4%), dan lama tamu menginap hanya 1 malam (58,7%), lebih dominan pada hotel kabin area perkotaan. Hal ini dapat dipengaruhi berdasarkan tujuan dan kebutuhan menginap setiap responden. Seperti para wisatawan backpacker untuk memangkas pengeluaran yang dibutuhkan, mereka membutuhkan akomodasi hotel murah atau low budget dengan fasilitas standar. Hotel kabin menjadi salah satu pilihan ketika akan menginap. Selain harganya yang mudah di jangkau, fasilitas yang diberikanpun terbilang cukup standar dengan budget yang dikeluarkan. Sedangkan berdasarkan pendapatan rentang Rp. 5.000.000 - Rp. 7.000.000 (48,5%), pekerjaan sebagai pegawai swasta (49,5%), frekuensi menginap 3 - 4 kali (58,6%), bertujuan untuk liburan (59,6%), dengan bersama rekan saat menginap (60,6%), tipe kamar menengah (65,7%), hingga motivasi tamu menginap adalah mencari ketenangan (54,5%) lebih didominasi oleh hotel kabin kawasan wisata. Hal ini menunjukkan bahwa tamu yang menginap di kawasan wisata lebih cenderung untuk istirahat. Dapat dilihat berdasarkan tujuan dan motivasi tamu ketika menginap untuk liburan dan mencari ketenangan jauh dari hiruk pikuk perkotaan.

Uji Validitas dan Uji Reliabilitas

Uji validitas dilakukan untuk menilai apakah setiap item dalam penelitian ini benar-benar mengukur konsep yang dimaksud. Dalam kasus ini, uji validitas diukur dengan nilai r hitung dan membandingkannya dengan nilai r tabel. Jika r hitung lebih besar dari r tabel, maka item dianggap valid. Hasil Uji menunjukkan bahwa untuk kualitas pelayanan (X1-X14) dan customer experience (X1-X10). Semua nilai r hitung lebih besar daripada r tabel (0.137), yang menunjukkan bahwa semua item valid. Uji reliabilitas dilakukan untuk mengukur sejauhmana item-item dalam penelitian ini konsisten dalam mengukur konsep yang sama. Dalam penelitian ini, nilai reliabilitas diukur dengan Cronbach's Alpha. Nilai yang lebih besar dari 0.60 menunjukkan reliabilitas yang baik. Hasil Uji Reliabilitas menunjukkan bahwa untuk kualitas pelayanan dan customer experience pada nilai Cronbach's Alpha ialah 0.958 dan 0.946. Kedua nilai tersebut jauh lebih besar dari nilai batas 0.60, hal ini menunjukkan bahwa kedua konstruk tersebut reliabel.

Hasil Uji Pengalaman Menginap Hotel Kabin di Area Perkotaan dan Kawasan Wisata Kota Bandung

Tabel 4. Perbandingan dalam Tabel Pengalaman Menginap Tamu pada Hotel Kabin

	Hotel Kabin Area Perkotaan (%)	Hotel Kabin Kawasan Wisata (%)
<i>Sensor Experience</i>	63,5	68,3
<i>Emotional Experience</i>	46,2	74,0
<i>Social Experience</i>	47,1	55,6

Sumber: Hasil olah data SPSS versi 25 Tahun 2023

Pada bagian ini, penulis melakukan analisis menggunakan tabel *crosstab* (tabulasi silang) untuk menghubungkan dimensi kualitas pelayanan dengan indikator pengalaman menginap (*Customer Experience*). Terlihat bahwa pada hotel kabin area perkotaan lebih dominan pada indikator *Sensor Experience* dengan persentase sebesar 63,5%. Sedangkan pada hotel kabin kawasan wisata, hasil analisis menunjukkan setiap dimensi tersebut bahwa pada dimensi Kualitas Pelayanan (*Tangible, Emphaty, Reability, Responsiveness, Assurance*) lebih dominan pada indikator *Emotional Experience* dengan persentase sebesar 74,0%. *Emotional experience* merupakan implementasi untuk memberikan pengaruh positif kepada tamu yang menginap melalui komunikasi ataupun media sosial. Oleh karena itu, penelitian ini memberikan pandangan yang lebih mendalam tentang bagaimana kualitas pelayanan hotel kabin mempengaruhi pengalaman tamu yang menginap di kawasan wisata Kota Bandung. Hasil komparasi di bawah ini didapat berdasarkan hasil uji yang dilakukan oleh peneliti.

1. *Sensor Experience*

Pada dimensi *Sensor Experience*, hasil persentase tertinggi ditemukan di hotel kabin area perkotaan (63,5%) dan sedikit lebih tinggi dari kawasan wisata (68,3%).

2. *Emotional Experience*

Pada dimensi *Emotional Experience*, terdapat perbedaan signifikan antara kedua lokasi. Responden di kawasan wisata memiliki persentase yang jauh lebih tinggi (74,0%) dibandingkan dengan area perkotaan (46,2%).

3. *Social Experience*

Dimensi *Social Experience* menunjukkan bahwa interaksi sosial memiliki dampak yang lebih besar pada pengalaman menginap di hotel kabin kawasan wisata (55,6%) daripada di area perkotaan (47,1%).

Hasil Uji Berdasarkan Jumlah Tamu yang Menginap pada Hotel Kabin Kota Bandung

Tabel 5. Jumlah Tamu Menginap

Hotel Kabin	Frekuensi	Persentase (%)
Area Perkotaan	104	44,3
Kawasan Wisata	99	42,1
Total	203	86,4

Sumber: Hasil olah data SPSS versi 25 Tahun 2023

Jumlah tamu menginap berdasarkan data dari Tabel 5 menunjukkan bahwa hotel kabin area perkotaan memiliki persentase lebih tinggi (44,3%) dibandingkan dengan kawasan wisata (42,1%). Ini menunjukkan bahwa lebih banyak tamu memilih menginap di hotel kabin di area perkotaan. Dan sekitar 13,6% responden tidak pernah menginap di dua jenis hotel kabin tersebut.

Pengalaman Menginap di Hotel Kabin Area Perkotaan Kota Bandung

Dapat terlihat hasil uji pada Tabel 4, bahwa hotel kabin di area perkotaan dominan pada indikator *sensor experience*, pengalaman menginap lebih dari sekedar menginap biasa dan kepuasan semata. Fakta berdasarkan survei mengidentifikasi bahwa interior yang diberikan sangat menarik, meskipun pada setiap kabin atau kapsul hanya berupa pencahayaan lampu tetapi di luar itu pencahayaan sangat cukup, bau ruangan khas seperti pada hotel umumnya, cita rasa makanan yang mampu menstimulasi indra perasa tamu, dan desain hotel yang unik menjadi daya dukung bagi hotel kabin di area perkotaan. Hal ini dapat mengidentifikasi bahwa variabel kualitas pelayanan dengan dimensi bukti fisik (*tangible*), empati (*emphaty*), keandalan (*reability*), daya tanggap (*responsiveness*), dan jaminan (*assurance*), dapat memberikan pengalaman yang menyenangkan dengan pertanyaan setuju pada indikator *sensory experience*.

Sebagaimana didefinisikan menurut Schmitt (1999) *Sensory Experience* meliputi panca indra yang terdiri dari penciuman, peraba, pendengaran, pembau, dan penglihatan. Hotel kabin diharapkan dapat memberikan pengalaman berdasarkan indikator tersebut dan indikator lainnya untuk memenuhi ekspektasi yang diberikan kepada tamu yang menginap. Penelitian ini sejalan dengan Fahrifan Valid, dkk (2021) *Sensory Experience* dapat diaplikasikan dengan cara-cara seperti desain produk dan fasilitas hotel yang menarik bagi konsumen, interior dan *furniture* yang menarik, pencahayaan ruangan, bau dan aroma yang dapat dirasakan konsumen atau tamu hotel.

Pengalaman Menginap di Hotel Kabin Kawasan Wisata Kota Bandung

Terlihat hasil uji pada Tabel 4 bahwa pada indikator *emotional experience* lebih dominan dibanding indikator lainnya. Hal ini sesuai dengan fakta dan survei perolehan hasil karakteristik responden bahwa pada hotel kawasan wisata, tujuan dan motivasi menginap responden untuk berlibur atau perjalanan bisnis dan mencari ketenangan. *Emotional experience* juga merupakan implementasi untuk memberikan

pengaruh positif kepada tamu yang menginap melalui komunikasi ataupun media sosial.

Sebagaimana didefinisikan menurut Schmitt (1999) *Emotional Experience* merupakan strategi untuk memberikan pengaruh efektif kepada konsumen. *Emotional* dapat dirasakan melalui pelayanan yang diberikan sesuai ekspektasi ataupun berkualitas. Dengan memberikan apa yang diinginkan atau dibutuhkan oleh tamu, memiliki sikap profesional, ramah, sopan, dan santun hingga memiliki skill untuk memberikan sebuah pengalaman menginap yang baik atau berkesan kepada tamu. Ini mengindikasikan bahwa pengalaman emosional lebih penting bagi mereka yang menginap di kawasan wisata. Faktor pendukungnya lingkungan yang lebih kondusif untuk melepas penat dan stres ataupun *mood* dari tamu sendiri. Hal ini sejalan dengan penelitian Danny, dkk. (2020) sebagian besar responden yang bertujuan untuk berbisnis seperti pelatihan, tugas hingga rapat tidak bisa bersantai sehingga hal ini mungkin mempengaruhi *mood* dari responden itu sendiri.

Perbandingan Pengalaman Menginap di Area Perkotaan dan Kawasan Wisata

Hasil perbandingan terlihat pada Tabel 4, bahwa indikator *sensor experience* lebih dominan pada hotel kabin area perkotaan dengan perbandingan sebesar 4,8%. Indikator *emotional experience* lebih dominan pada hotel kabin kawasan wisata dengan perbandingan sebesar 27,8%. Indikator *social experience* menjadi persentase paling rendah dibandingkan indikator lainnya dengan persentase sebesar 8,5%. Untuk banyaknya responden menginap lebih dominan pada hotel kabin area perkotaan dengan perbandingan hanya sebesar 2,2%.

Sebagaimana dijelaskan sebelumnya, pengalaman menginap dapat dipengaruhi oleh beberapa faktor seperti fasilitas yang disediakan dan kebutuhan setiap penggunanya. Sehingga timbul perbandingan antara hotel kabin area perkotaan dan hotel kabin kawasan wisata, yang dirasakan oleh setiap tamu dengan ekspektasi yang berbeda-beda. Hal ini sejalan dengan teori menurut Surakhmad (1994), metode atau studi komparatif adalah "Penelitian deskriptif yang berusaha mencari pemecahan melalui analisis tentang perhubungan-perhubungan sebab-akibat, yakni yang meneliti faktor-faktor tertentu yang berhubungan dengan situasi atau fenomena yang diselidiki dan membandingkan satu faktor dengan yang lain merupakan penyelidikan yang bersifat komparatif". Pengalaman yang terjadi dapat diberikan kepada siapa saja untuk digunakan dan menjadi pedoman serta pembelajaran manusia (Notoatmojo, 2012).

KESIMPULAN DAN SARAN

Hasil komparasi yang diperoleh mengenai pengalaman menginap di antara hotel kabin area perkotaan dan hotel kabin kawasan wisata sebesar 4,8% pada indikator *sensor experience*, 27,8% pada indikator *emotional experience*, 8,5% pada indikator *social experience*. Berdasarkan jumlah tamu yang menginap hasil komparasi diperoleh sebesar 2,2%. Artinya terdapat perbedaan yang cukup signifikan antara kedua hotel tersebut. Meskipun kedua hotel tersebut merupakan hotel *low budget*, tetapi terdapat perbedaan dalam segi fasilitas yang didapat, lokasi, lingkungan,

hingga suasana ketika menginap sesuai dengan kebutuhan masing-masing konsumen.

Adapun saran yang diberikan kepada kedua hotel kabin untuk mempertahankan dan juga meningkatkan kualitas pelayanan yang diberikan untuk memberikan pengalaman menginap yang baik maupun memberikan pelatihan kepada stafnya dalam hal pelayanan yang unggul seperti meningkatkan keterampilan interpersonal, responsif terhadap kebutuhan tamu, dan memberikan pengalaman yang luar biasa akan membantu mempertahankan dan menarik lebih banyak tamu. Memanfaatkan segala teknologi maupun *social media* untuk aktif dalam mengumpulkan data dan umpan balik dari tamu untuk terus memperbaiki dan meningkatkan layanan serta pengalaman tamu. Ini bisa dilakukan melalui survei, ulasan *online*, dan komunikasi langsung. Bagi peneliti selanjutnya, peneliti menyarankan menambahkan variabel lainnya dan mengambil sampel dengan cakupan yang lebih luas untuk memaksimalkan kualitas pelayanan yang diberikan untuk pengalaman menginap yang lebih baik maupun mengesankan.

DAFTAR PUSTAKA

- Admin. (2023). *Bobobox*. (Bobobox) Retrieved from <https://bobobox.com/>.
- Administrator. (2019). *Kementerian Pariwisata dan Ekonomi Kreatif*. (Retrieved from Indonesia di mata dunia) Retrieved from <https://indonesia.go.id/ragam/pariwisata/pariwisata/wisata-indonesia-di-mata-dunia>.
- Barrows C, P. T. (2012). *Introduction to Management in the Hospitality*. John Wiley & Sons.
- Doe, J. (2000). *Internet Usage Within Nations*. Boston: Boston Publishing.
- Ervina, E., & Octaviany, V. (2018, September). E-Service Quality Web Reservation pada Hotel Bintang 4 di Kota Bandung. In *National Conference of Creative Industry*.
- Ervina, E., Taufiq, R., & Masatip, A. (2021). Guest satisfaction on star hotel preparedness in new normal era of COVID-19. *APMBA (Asia Pacific Management and Business Application)*, 10(1), 21-38.
- 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).
- Lawson, F. (1976). *Hotels, motels and condominiums: design, planning and maintenance*. London: Architectural Press.
- Nasermoadeli, A., Ling, K. C., & Maghnati, F. (2013). *Evaluating the impacts of customer experience on purchase intention*. *International Journal of business and management*, 8(6), 128.

- Notoatmodjo, S. A. (2012). *Promosi Kesehatan di Sekolah*. Jakarta: PT Rineka Cipta.
- Shih-Chih Chen, C.-P. L. (2015). Technological Forecasting and Social Change. *The impact of customer experience and perceived value on sustainable social relationship in blogs: An empirical study*, 40 - 50.
- Sugiyono. (2012). *Metode Penelitian Pendidikan (Pendekatan Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D)*. Bandung: Alfabeta.
- Tjiptono, F. (2008). *Strategi Pemasaran*.
- Tjiptono, F. (2017). *Pelanggan puas? Tak cukup!*
- Wulandari, I. (2016). Kualitas Pelayanan. *Pengaruh Kualitas Pelayanan, Kelengkapan Produk dan Kualitas Produk terhadap Minat Beli Konsumen Supermarket Top Bangunan Kediri*. Retrieved from http://simki.unpkediri.ac.id/mahasiswa/file_artikel/2017/12.1.02.02.0351.pdf.
- Zeithaml, V. P. (1990). *Delivering quality service: Balancing customer perceptions and expectations*. Simon and Schuster.