

ABSTRAK

Perkembangan teknologi dan informasi saat ini, menyebabkan banyak sektor industri jasa perhotelan semakin meningkat. Hal ini membuat industri jasa perhotelan di Indonesia saling berlomba-lomba untuk memberikan layanan terbaik bagi pelanggannya. Salah satunya adalah Hotel @HOM Kudus, pihak hotel harus memperhatikan aspek-aspek yang menjadi faktor penguat kepuasan pelanggan, seperti kualitas pelayanan dan fasilitas. Dengan adanya peningkatan aspek –aspek tersebut membuat pelanggan menjadi semakin puas, terciptanya kepuasan pelanggan membuat Hotel @HOM Kudus mampu mempertahankan para pelanggannya untuk bersedia melakukan keputusan menginap kembali. Selain itu, terdapat inkonsistensi hasil penelitian pada hubungan kualitas pelayanan dan keputusan menginap kembali pada penelitian sebelumnya. Sehingga, fenomena dan kesenjangan tersebut menjadi dasar dilakukannya penelitian ini.

Penelitian ini bertujuan untuk menguji dan membuktikan bahwa kualitas pelayanan berpengaruh terhadap kepuasan pelanggan. Pengambilan data dari penelitian ini melibatkan 105 responden dengan kriteria utama berusia 17 tahun ke atas dan sudah pernah melakukan keputusan menginap. Data yang didapatkan kemudian akan dianalisis menggunakan Structural Equation Model (SEM) dengan program AMOS versi 24.

Berdasarkan pada penelitian ini ditemukan bahwa *experiential marketing* berpengaruh negatif dan tidak signifikan terhadap kepuasan pelanggan. Selain itu, kualitas pelayanan berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan pelanggan. Dalam penelitian ini juga di temukan fasilitas berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan pelanggan. Lalu yang terakhir, kepuasan pelanggan yang merupakan variabel intervening berpengaruh positif dan signifikan terhadap variabel dependen keputusan menginap kembali.

Kata kunci : *Experiential Marketing*, Kualitas Pelayanan, Fasilitas, Kepuasan Pelanggan, Keputusan Menginap Kembali.