

SKRIPSI

**PENGARUH *CUSTOMER EXPERIENCE* TERHADAP KEPUASAN
KUNJUNGAN WISATAWAN PADA RESTORAN *THE HOUSE OF
RAMINTEN* YOGYAKARTA**



OLEH

NOVIA AISYAH PUTRI

NIM 519101127

PROGRAM STUDI PARIWISATA

SEKOLAH TINGGI PARIWISATA AMPTA

YOGYAKARTA

2023

HALAMAN JUDUL

SKRIPSI

**PENGARUH *CUSTOMER EXPERIENCE* TERHADAP KEPUASAN
KUNJUNGAN WISATAWAN PADA RESTORAN *THE HOUSE OF
RAMINTEN* YOGYAKARTA**



Diajukan Untuk Memenuhi Persyaratan Guna Memperoleh Gelar Sarjana
Pariwisata Di Sekolah Tinggi Pariwisata AMPTA Yogyakarta

OLEH

NOVIA AISYAH PUTRI

NIM 519101127

**PROGRAM STUDI PARIWISATA
SEKOLAH TINGGI PARIWISATA AMPTA
YOGYAKARTA**

2023

HALAMAN PENGESAHAN

SKRIPSI

PENGARUH *CUSTOMER EXPERIENCE* TERHADAP KEPUASAN
KUNJUNGAN WISATAWAN PADA RESTORAN *THE HOUSE OF*
RAMINTEN YOGYAKARTA



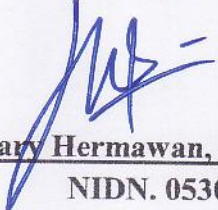
OLEH

NOVIA AISYAH PUTRI

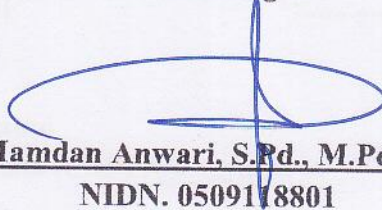
NIM 519101127

Telah disetujui oleh:

Pembimbing I


Hary Hermawan, S.Par., M.M
NIDN. 0530099002

Pembimbing II


Hamdan Anwari, S.Pd., M.Pd., B.I
NIDN. 0509178801

Mengetahui

Ketua Program Studi



Arif Dwi Saputra, S.S., M.M
NIDN. 0525047001

BERITA ACARA UJIAN

SKRIPSI

PENGARUH *CUSTOMER EXPERIENCE* TERHADAP KEPUASAN
KUNJUNGAN WISATAWAN PADA RESTORAN *THE HOUSE OF*
RAMINTEN YOGYAKARTA

OLEH

NOVIA AISYAH PUTRI

NIM 519101127

Telah Dipertahankan di Depan Tim Penguji

Dan Dinyatakan LULUS

Pada Tanggal 22 Mei 2023

TIM PENGUJI

Penguji Utama

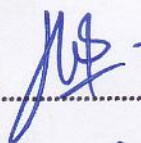
: Drs. Prihatno, M.M
NIDN. 0526125901



.....

Penguji I


: Hary Hermawan, S.Par., M.M
NIDN. 0530099002



.....

Penguji II

: Hamdan Anwari, S.Pd., M.Pd., B.I
NIDN. 0509118801



.....

Mengetahui

Ketua Sekolah Tinggi Pariwisata AMPTA Yogyakarta



PERNYATAAN KEASLIAN

Yang bertanda tangan dibawah ini.,

Nama : Novia Aisyah Putri

NIM : 519101127

Jurusan : Pariwisata

Judul Skripsi : Pengaruh *Customer Experience* terhadap Kepuasan Kunjungan
Wisatawan pada Restoran *The House of Raminten* Yogyakarta

Dengan ini saya menyatakan bahwa dalam skripsi ini tidak terdapat karya yang pernah diajukan untuk mendapatkan gelar kesarjanaan di suatu Perguruan Tinggi dan sepanjang sepengetahuan saya juga tidak terdapat karya atau pendapat yang pernah ditulis dan diterbitkan oleh orang lain, kecuali yang dikutip dalam naskah ini telah disebutkan di dalam daftar pustaka.

Yogyakarta, 10 Mei 2023



Novia Aisyah Putri

HALAMAN MOTTO

“Sesungguhnya bersama kesukaran itu ada kemudahan. Karena itu bila kau telah selesai (mengerjakan yang lain) dan kepada Tuhan, Berharaplah”

(Q.S Al Insyirah :6-8)

“Allah mencintai pekerjaan yang apabila bekerja ia menyelesaikan dengan baik”

(HR. Tabrani)

“Susah, tapi bismillah”

(Fiersa Besari)

HALAMAN PERSEMBAHAN

Pertama-tama saya panjatkan puji dan syukur kepada Allah SWT yang telah melimpahkan rahmat, hidayah, dan karunia-Nya di setiap perjalanan hidup saya sehingga saya dapat menyelesaikan skripsi dengan lancar.

Karya skripsi ini saya persembahkan untuk:

1. Ibu, ayah, adik serta seluruh keluarga besar yang selalu memberikan do'a serta dukungan kepada saya sehingga saya dapat menyelesaikan skripsi dengan baik.
2. Sahabat dan teman-teman seangkatan yang selalu memberikan semangat, do'a, serta bantuan kepada saya untuk menyelesaikan penulisan skripsi ini dan telah menemani dari awal hingga akhir.
3. Kepada semua pihak yang terlibat dalam pembuatan skripsi ini yang tidak dapat penulis sebutkan satu persatu. Penulis berharap dengan adanya skripsi ini dapat menambah wawasan bagi pembaca serta mohon maaf apabila dalam penyusunan terdapat kekurangan.

KATA PENGANTAR

Penulis mengucapkan syukur kepada Tuhan Yang Maha Esa atas berkat rahmat-Nya akhirnya penulis dapat menyelesaikan skripsi dengan lancar. Penulisan skripsi ini dilakukan sebagai salah satu syarat untuk memperoleh gelar Sarjana Kepariwisataa pada Program Studi Pariwisata di Sekolah Tinggi Pariwisata AMPTA Yogyakarta.

Penulis menyadari bahwa penyelesaian skripsi ini tidak lepas dari bantuan berbagai pihak. Oleh sebab itu, pada kesempatan ini penulis ingin menyampaikan penghargaan yang setinggi-tingginya kepada semua pihak yang turut berperan atas terwujudnya skripsi ini.

Ucapan terimakasih dan penghargaan yang setinggi-tingginya penulis sampaikan kepada:

1. Bapak Hary Hermawan, S.Par., M.M, selaku dosen pembimbing I yang telah dengan sabar dan bijaksana dalam memberikan bimbingan dan arahan dalam penulisan skripsi ini.
2. Bapak Hamdan Anwari, S.Pd., M.Pd., B.I selaku pembimbing II yang telah sabar dan bijaksana dalam memberikan bimbingan dan arahan dalam penulisan skripsi ini.
3. Drs. Prihatno, M.M selaku penguji utama sekaligus ketua Sekolah Tinggi Pariwisata AMPTA yang telah memberikan kesempatan kepada penulis untuk memaparkan isi skripsi secara keseluruhan.
4. Bapak Arif Dwi Saputra, S.S., M.M selaku Ketua Program Studi Pariwisata Sekolah Tinggi Pariwisata AMPTA Yogyakarta yang telah memberikan dukungan dan arahan dalam proses penulisan skripsi ini

5. Bapak Anton Otobri S.N selaku Manajer Restoran *The House of Raminten* Yogyakarta yang telah memberikan izin penelitian dan membantu penulis selama penyusunan skripsi ini.
6. Responden yang telah berkenan meluangkan waktu untuk mengisi kuesioner penelitian.

Akhir kata, penulis berharap semoga hasil penelitian ini bermanfaat bagi semua pihak. Tidak lupa penulis berharap adanya kritik dan saran yang membangun dapat disampaikan pembaca guna penyempurnaan penelitian berikutnya. Kritik dan saran dapat disampaikan ke noviaaisyahputri@gmail.com

Yogyakarta, 10 Mei 2023

Penulis

DAFTAR ISI

HALAMAN JUDUL	i
HALAMAN PENGESAHAN	ii
BERITA ACARA UJIAN.....	iii
PERNYATAAN KEASLIAN	iv
HALAMAN MOTTO	v
HALAMAN PERSEMBAHAN	vi
KATA PENGANTAR.....	vii
DAFTAR ISI.....	ix
DAFTAR TABEL	xi
DAFTAR GAMBAR.....	xii
DAFTAR LAMPIRAN	xiii
ABSTRAK	xiv
BAB I PENDAHULUAN	
A. Latar Belakang	1
B. Rumusan Masalah	5
C. Batasan Masalah	6
D. Tujuan Penelitian	6
E. Manfaat Penelitian.....	7
1. Manfaat Teoritis	7
2. Manfaat Praktis	7
BAB II TINJUAN PUSTAKA	
A. Teorisasi.....	8
1. Pariwisata	8
2. Customer Experience	9
3. Kepuasan Wisatawan	11
B. Penelitian Terdahulu	17
C. Kerangka Pemikiran.....	18
D. Hipotesis	18
BAB III METODE PENELITIAN	
A. Jenis Penelitian	20
B. Subjek dan Objek Penelitian	21
C. Lokasi dan Waktu Penelitian	21

D. Populasi dan Sampel.....	21
E. Variabel Penelitian	23
1. Variabel Penelitian.....	23
2. Definisi Konseptual	24
3. Definisi Operasional	26
F. Metode Pengumpulan Data	27
1. Jenis Instrumen	27
2. Uji Kelayakan Instrumen	30
G. Metode Analisis Data.....	32
1. Uji Kelayakan Variabel Atau Uji Asumsi Klasik	32
2. Jenis Analisis yang Digunakan	34
BAB IV ANALISIS DAN PEMBAHASAN	
A. Gambaran umum.....	37
Profil The House Of Raminten.....	37
B. Karakteristik Data Penelitian	41
C. Hasil Uji Instrumen.....	46
1. Uji Validitas.....	46
2. Uji Reliabilitas.....	48
D. Hasil Analisis Deskriptif.....	49
E. Hasil Uji Kelayakan Variabel	56
F. Hasil Penelitian.....	59
G. Pembahasan	66
BAB V KESIMPULAN DAN REKOMENDASI	
A. Kesimpulan.....	72
B. Saran.....	73

DAFTAR PUSTAKA

LAMPIRAN

DAFTAR TABEL

Tabel 3. 1 Definisi Operasional	27
Tabel 3. 2 Skala <i>Likert</i>	29
Tabel 4. 1 Karkteristik Responden Berdasarkan Jenis Kelamin	42
Tabel 4. 2 Karkteristik Responden Berdasarkan Usia	42
Tabel 4. 3 Karkteristik Responden Berdasarkan Pendidikan Terakhir	43
Tabel 4. 4 Karkteristik Responden Berdasarkan Asal Kota.....	44
Tabel 4. 5 Karkteristik Responden Berdasarkan Pekerjaan	45
Tabel 4. 6 Hasil Uji Validitas Variabel X1 (<i>Sense</i>)	46
Tabel 4. 7 Hasil Uji Validitas Variabel X2 (<i>Feel</i>)	47
Tabel 4. 8 Hasil Uji Validitas Variabel X3 (<i>Think</i>)	47
Tabel 4. 9 Hasil Uji Validitas Variabel X1 (<i>Act</i>).....	47
Tabel 4. 10 Hasil Uji Validitas Variabel X1 (<i>Relate</i>)	47
Tabel 4. 11 Hasil Uji Validitas Variabel Y (Kepuasan Wisatawan).....	48
Tabel 4. 12 Hasil Uji Reliabilitas	49
Tabel 4. 13 Tanggapan Responden Terhadap Variabel <i>Sense</i>	50
Tabel 4. 14 Tanggapan Responden Terhadap Variabel <i>Feel</i>	57
Tabel 4. 15 Tanggapan Responden Terhadap Variabel <i>Think</i>	52
Tabel 4. 16 Tanggapan Responden Terhadap Variabel <i>Act</i>	53
Tabel 4. 17 Tanggapan Responden Terhadap Variabel <i>Relate</i>	54
Tabel 4. 18 Tanggapan Responden Terhadap Variabel Kepuasan	55
Tabel 4. 19 Hasil Uji Linieritas.....	58
Tabel 4. 20 Hasil Uji Heteroskedastiitas.....	59
Tabel 4. 21 Hasil Uji Regresi Linier Berganda.....	60
Tabel 4. 22 Hasil Uji T.....	62
Tabel 4. 23 Hasil Uji F.....	64
Tabel 4. 24 Hasil Uji Koefisien Determinasi (R ²).....	65

DAFTAR GAMBAR

Gambar 2. 1 Kerangka Berpikir	18
Gambar 4. 1 Halaman Depan Restoran	Error! Bookmark not defined.
Gambar 4. 2 Patung Replika Nyonya Raminten	39
Gambar 4. 3 Ornamen dan Hiasan Restoran	40
Gambar 4. 4 Hasil Uji Normalitas.....	57
Gambar 4. 5 Desain Interior <i>The House of Raminten</i>	66
Gambar 4. 6 Sajian makanan rawon di <i>The House of Raminten</i>	68

DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran 1 Surat Izin Penelitian

Lampiran 2 Surat Balasan Penelitian *The House of Raminten* Yogyakarta

Lampiran 3 Surat Pengantar Bimbingan

Lampiran 4 Lembar Bimbingan

Lampiran 5 Kuesioner Penelitian

Lampiran 6 Tabulasi Data

Lampiran 7 Uji Instrumen (Validitas)

Lampiran 8 Uji Instrumen (Reliabilitas)

Lampiran 9 T Tabel

Lampiran 10 F Tabel

Lampiran 11 Dokumentasi

ABSTRAK

Kesuksesan sebuah restoran dapat di lihat dari banyaknya jumlah pengunjung yang didapaknya secara terus menerus. Tetapi dalam kurun waktu 1 tahun terakhir, restoran *The House of Raminten* mendapatkan keluhan melalui ulasan atau *review* di *google maps* yang mengindikasi ketidakpuasan konsumen. Sehingga penelitian ini ditujukan untuk menganalisis dan memberikan bukti empiris mengenai apakah lima dimensi dari *customer experience* yaitu *sense, feel, think, act, dan relate* terhadap kepuasan kunjungan wisatawan pada restoran *The House of Raminten* Yogyakarta. Penelitian ini menggunakan metode penelitian kuantitatif. Populasi dalam penelitian ini adalah seluruh konsumen yang pernah membeli dan makan di restoran *The House of Raminten*. Sampel yang digunakan sebanyak 100 responden dan menggunakan metode *purposive sampling*. Pengumpulan data dengan menggunakan kuesioner. Teknik analisis data yang digunakan dalam penelitian ini adalah analisis regresi linier berganda. Hasil uji t menunjukkan bahwa variabel independen (*sense, feel, think, dan relate*) mempunyai pengaruh positif terhadap variabel dependen yaitu kepuasan wisatawan dan variabel *act* tidak memiliki pengaruh yang positif terhadap kepuasan wisatawan. Hasil uji f menunjukkan bahwa seluruh dimensi *customer experience* (*sense, feel, think, act, dan relate*) memiliki pengaruh yang simultan terhadap kepuasan wisatawan. Koefisien determinasi (R^2) yang diperoleh sebesar 0.627. hal ini berarti 62.7% kepuasan wisatawan dipengaruhi oleh variabel *sense, feel, think, act dan relate* dan sisanya yaitu 37.3% dipengaruhi oleh variabel lain.

Kata kunci: Restoran, *customer experience, sense, feel, think, act, relate* kepuasan wisatawan

ABSTRACT

The success of a restaurant can be seen from the number of visitors it gets continuously. But in the last 1 year, The House of Raminten restaurant has received complaints through reviews or reviews on google maps that indicate consumer dissatisfaction. So this study is intended to analyze and provide empirical evidence regarding whether the five dimensions of customer experience, namely sense, feel, think, act, and relate to tourist visit satisfaction at The House of Raminten Yogyakarta restaurant. This research uses quantitative research methods. The population in this study were all consumers who had bought and eaten at The House of Raminten restaurant. The sample used was 100 respondents and used purposive sampling method. Data collection using a questionnaire. The data analysis technique used in this study is multiple linear regression analysis. The t test results show that the independent variables (sense, feel, think, and relate) have a positive influence on the dependent variable, namely tourist satisfaction and the act variable doesn't have a positive influence on tourist satisfaction. The f test results show that all dimensions of customer experience (sense, feel, think, act, and relate) have a simultaneous influence on tourist satisfaction. The coefficient of determination (R²) obtained is 0.627. this means that 62.7% of tourist satisfaction is influenced by the sense, feel, think, act and relate variables and the remaining 37.3% is influenced by other variables.

Keywords: Restaurant, customer experience, sense, feel, think, act, relate tourist satisfaction

BAB I

PENDAHULUAN

A. Latar Belakang

Bisnis yang bergerak di masa ini wajib mempunyai suatu inspirasi yang kreatif serta unik guna menggapai suatu kesuksesan. Para pelaku bisnis harus mampu menghasilkan bermacam inspirasi kreatif serta unik guna memberikan nilai lebih kepada para konsumen. Tidak hanya itu, para pelaku bisnis harus mampu mencermati berbagai kesempatan bisnis yang ada agar bisnis yang dijalankan bisa tumbuh hingga masa yang akan tiba. Salah satunya yang tengah berkembang di saat ini adalah sebuah bisnis kuliner atau biasa disebut dengan istilah restoran (Kusumawati, 2013:2). Pengertian restoran menurut Atmodjo (2005:7) adalah suatu tempat atau bangunan yang diorganisir secara komersil, yang menyelenggarakan pelayanan dengan baik kepada semua konsumen baik berupa makanan ataupun minuman.

Semakin maraknya usaha kuliner membuat setiap pelaku usaha kuliner harus bekerja keras agar usahanya dapat bersaing. Salah satu yang banyak dibutuhkan oleh masyarakat Indonesia saat ini adalah tempat wisata kuliner yang unik, enak, murah dan berkonsep lokal. Seperti di Indonesia banyak sekali restoran yang menawarkan berbagai macam makanan dan minuman dengan konsep yang beragam (Wicaksana, dkk. 2012:8).

Setiap tahunnya jumlah restoran di Yogyakarta selalu bertambah karena bisnis kuliner di Yogyakarta menjadi salah satu bisnis yang diminati oleh

para pelaku usaha. Pada tahun 2016 jumlah restoran di Yogyakarta berjumlah 600 restoran, kemudian pada tahun 2017 mengalami penurunan menjadi 437 restoran dan pada tahun 2018 mengalami peningkatan yang cukup signifikan yaitu menjadi 1.163 restoran (bappeda.jogjaprovo.go.id).

Karena banyaknya jumlah restoran yang tersebar di Kota Yogyakarta memudahkan para wisatawan untuk memilih restoran yang ingin dituju pada saat berwisata ke Yogyakarta karena banyak restoran yang memiliki ciri khas dan keunikannya masing-masing. Salah satu restoran di Yogyakarta yang mengusung konsep cukup unik ialah *The House of Raminten* (jejapiknik.com, 2022).

The House of Raminten merupakan salah satu tempat wisata kuliner yang ada di Yogyakarta yang mengusung konsep kebudayaan Jawa, mulai dari desain interior eksterior, menu serta pramusajinya. Keseluruhan konsep yang diterapkan oleh restoran *The House of Raminten* ini mampu menarik minat kunjungan wisatawan karena memiliki daya tarik yang khas dan jarang ditemui di restoran lainnya. Pada saat musim liburan, restoran *The House of Raminten* akan dipenuhi oleh konsumen baik dari dalam maupun luar negeri (Widiasukmaningrum, 2021:9).

Untuk memberikan pengalaman yang berkesan pada saat wisatawan berkunjung, restoran *The House of Raminten* di desain sedemikian rupa sehingga menjadi salah satu restoran yang memiliki ciri khas kebudayaan jawa yang cukup kental. Sebuah perusahaan bisa mengetahui kepuasan konsumennya melalui umpan balik yang diberikan oleh konsumen kepada perusahaan atau restoran sehingga dapat menjadi masukan untuk keperluan pengembangan perusahaan tersebut serta meningkatkan kepuasan konsumen (Kusumawati, 2013). Menurut Musanto (2004) dengan adanya komplain, badan usaha dapat memperbaiki dan meningkatkan layanan sehingga dapat memuaskan konsumen yang belum puas. Biasanya konsumen mempunyai komitmen yang besar pada badan usaha yang menanggapi komplain darinya.

Begitu pun yang terjadi pada restoran *The House of Raminten*, kurangnya kepuasan yang dirasakan oleh para konsumen menimbulkan berbagai keluhan yang diterima oleh pihak restoran. Hal ini dapat di lihat dari review atau ulasan yang ada di google maps restoran *The House of Raminten* dalam 1 tahun terakhir seperti: pelayanan di restoran terkadang lambat terutama saat *weekend*, ruangan yang sempit membuat kurang lancar sirkulasi udara, aroma dupa yang terlalu menyengat, *waiting list* yang terlalu panjang, kurangnya perhatian karyawan terhadap pengunjung dan menu yang ingin dipesan sering tidak tersedia (*Google maps*, <https://maps.app.goo.gl/ziR5JMHQKWkec5Qw9>)

Guna mencapai titik kepuasan konsumen, dulu pengelola restoran memperhitungkan berapa harga, apa saja menu yang hendak ditawarkan, serta mutu dan pelayanan yang sebaiknya diberikan oleh konsumen. Tetapi untuk saat ini, fokus perhatian pada aspek-aspek tersebut sudah dianggap biasa. Oleh sebab itu, saatnya para pengelola restoran sudah tidak hanya gencar melakukan promosi, namun pula memberikan keunggulan serta pengalaman unik kepada konsumen sehingga konsumen terkesan dan senantiasa mengingat suatu restoran tersebut. Suatu produk harus sanggup membangkitkan sensasi serta pengalaman yang hendak meningkatkan rasa kepuasan konsumen (Kusumawati, 2013:2).

Pengalaman yang diberikan dan dirasakan ketika mengunjungi sebuah restoran menjadi bahan pertimbangan para konsumen pada saat ini dalam memilih restoran. Sehingga *customer experience* perlu diperhatikan oleh para pelaku usaha dalam memuaskan para konsumennya sehingga dapat bertahan dan bersaing. Jasa yang positif akan memberikan konsumen pengalaman yang unik dan akan membuat konsumen merasa puas serta akan terus mengingatnya (Septian dan Handaruwati, 2021:18). Diharapkan konsumen akan mampu membedakan produk dan jasa yang satu dengan lainnya karena mereka dapat merasakan dan memperoleh pengalaman secara langsung melalui lima pendekatan *customer experience* yaitu *sense, feel, think, act, relate* baik sebelum, maupun ketika mereka mengonsumsi sebuah produk ataupun menggunakan sebuah jasa.

Customer experience selalu melibatkan emosional para konsumennya di setiap kegiatan sehingga konsumen memiliki pengalaman yang unik, berkesan serta merasa senang dan puas terhadap restoran yang dikunjunginya. Misalkan saja penataan ruangan dengan interior yang menarik, disertai dengan pelayanan yang memberikan ucapan selamat datang ketika seseorang konsumen memasuki restoran dan mengucapkan terima kasih saat konsumen berjalan keluar dari restoran. Seorang konsumen akan merasa senang dengan perlakuan tersebut, sehingga terciptalah sebuah pengalaman positif dan kepuasan tersendiri selama berada di restoran tersebut serta memungkinkan seorang konsumen akan mempromosikan restoran kepada orang lain (Kusumawati, 2013).

Peneliti bermaksud untuk melakukan penelitian lebih lanjut tentang pengaruh *customer experience* dan bagaimana *customer experience* tersebut dapat mempengaruhi kepuasan konsumen restoran *The House of Raminten* Yogyakarta. Dengan judul penelitian yaitu “Pengaruh Customer Experience Terhadap Kepuasan Kunjungan Wisatawan Pada Restoran *The House of Raminten* Yogyakarta”

B. Rumusan Masalah

Setiap pemilik usaha pasti ingin menjadi yang terbaik di dalam usahanya. Banyak di antaranya yang menetapkan strategi penjualan produk bukan berdasarkan produk yang mereka jual, melainkan mencoba untuk memberikan kepuasan yang terbaik untuk para konsumennya. Hal ini bertujuan untuk memenangkan hati konsumen agar konsumen memiliki

kesan tersendiri setelah mengunjungi perusahaan sehingga memunculkan peluang terciptanya kepuasan wisatawan. Aspek harga, produk maupun kualitas layanan memang masih relevan untuk menarik minat wisatawan. Tetapi faktanya, para pengelola usaha kuliner kini mencoba memenangkan hati wisatawan dengan cara memberikan pengalaman unik yang berkesan di benak wisatawan dengan harapan peluang terciptanya kepuasan wisatawan dapat terwujud. Berdasarkan uraian yang telah dijelaskan pada latar belakang, maka penulis merumuskan masalah yaitu: Apakah *customer experience* (*sense, feel, think, act* dan *relate*) berpengaruh positif terhadap kepuasan wisatawan di restoran *The House of Raminten* Yogyakarta?

C. Batasan Masalah

Banyak faktor yang berhubungan dengan kepuasan wisatawan dalam sebuah usaha yang menawarkan produk atau jasa. Seperti halnya soal harga, produk, pelayanan dan tentunya juga soal *customer experience* (pengalaman pelanggan). Dalam penelitian ini penulis hanya akan berfokus pada tingkat kepuasan wisatawan yang ditinjau dari 5 dimensi *customer experience* (*Sense, Feel, Think, Act, relate*) di restoran *The House of Raminten* Yogyakarta.

D. Tujuan Penelitian

Berdasarkan uraian pada latar belakang dan rumusan masalah di atas, maka tujuan penelitian yang ingin dicapai yaitu: Untuk mengetahui apakah dimensi *customer experience* (*sense, feel, think, act* dan *relate*) berpengaruh

positif terhadap kepuasan wisatawan di restoran *The House of Raminten* Yogyakarta.

E. Manfaat Penelitian

1. Manfaat Teoritis

- a. Penelitian ini diharapkan dapat memperluas kajian pariwisata terutama dalam analisis kepuasan wisatawan terhadap komponen *Customer Experience (Sense, Feel, Think, Act, Relate)*.
- b. Bagi peneliti lain, penelitian ini dapat menjadi referensi dan sebagai acuan penelitian yang berkaitan dengan *customer experience* terhadap kepuasan wisatawan.

2. Manfaat Praktis

Hasil penelitian ini dapat digunakan sebagai masukan atau informasi bagi pengelola restoran *The House of Raminten* untuk mengetahui komponen dari *customer experience* yang berpengaruh terhadap kepuasan kunjungan wisatawan.