

## ABSTRAK

Parawisata adalah kekayaan yang dimiliki Indonesia sejak dahulu. Parawisata di Indonesia terus berkembang dan berinovasi, begitu pula di kota Bandung. Wisatawan yang ramai berkunjung juga mendorong Tingkat Penghunian Kamar (TPK) Hotel di Bandung. Banyaknya tempat penginapan di Kota Bandung pun menawarkan inovasi setiap tahunnya. Hal tersebut menyebabkan perusahaan penginapan ingin memberikan *customer experience* terbaik kepada wisatawan yang berkunjung ke Kota Bandung. Salah satu perusahaan penginapan *startup* yang sedang *booming*, Bobobox *owner*-nya mengatakan ingin menawarkan sebuah penginapan dengan pengalaman berbeda melalui hotel kapsul modern dan terintegrasi dengan sistem IoT (*Internet of Things*).

Tujuan penelitian ini dilakukan untuk mengetahui bagaimana *customer experience* pelanggan Bobobox di Kota Bandung . Penelitian ini dilakukan dengan menggunakan metode kuantitatif. Jenis penelitian ini adalah deskriptif. Teknik pengambilan sampel dilakukan dengan metode Non-Probability sampling dengan metode pengambilan sampel *Incidental Sampling* karena sesuai dengan tujuan penelitian yaitu sebanyak 100 responden yang pernah menginap di Bobobox Indonesia Kota Bandung sekurang-kurangnya satu kali. Teknik analisis yang digunakan adalah teknik analisis deskriptif.

Diperoleh rata-rata persentase tanggapan responden terhadap *customer experience* pada pelanggan Bobobox Indonesia Kota Bandung berada pada kategori sangat baik. Hasil penelitian untuk ke delapan indikator *customer experience* adalah sebagai berikut: *accessibility* 92,50% , *competence* 84,62%, *customer recognition* 83,00%, *helpfulness* 90,00%, *personalization* 89,50%, *problem solving* 83,37%, *promise fulfilment* 89,87%, *value of time* 85,62%, dan rata-rata dari seluruh indikator *customer experience* tersebut menghasilkan angka 87,31%. Hasil penelitian menunjukkan bahwa dari delapan faktor *customer experience*, *Accessibility* merupakan dimensi yang memperoleh nilai rata-rata tertinggi.

**Kata Kunci:** *Customer Experience, Accessibility, Competence, Customer Recognition, Helpfulness, Personalization, Problem Solving, Promise Fulfilment, dan Value for Time*