

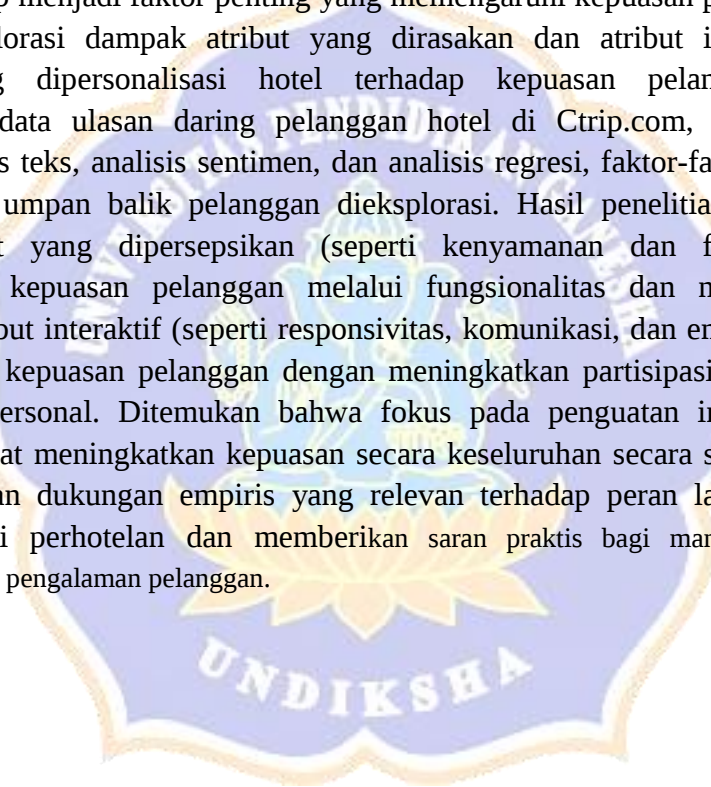
ABSTRAK

Li Yinghui (2025), "Dampak Layanan Hotel yang Dipersonalisasi terhadap Kepuasan Pelanggan: Studi Kasus Shanghai World Expo Savhe Hotel". Tesis, Ilmu Manajemen, Program Pascasarjana, Universitas Pendidikan Ganesha.

Tesis ini telah disetujui dan ditinjau oleh pembimbing I: Dr. Fridayana Yudiaatmaja, M.Sc. dan II: Dr. Ni Made Ary Widiastini, S.St.Par., M.Par.

Kata Kunci: layanan yang dipersonalisasi, kepuasan pelanggan, analisis teks, analisis sentimen

Dalam industri perhotelan yang semakin kompetitif, layanan yang dipersonalisasi secara bertahap menjadi faktor penting yang memengaruhi kepuasan pelanggan. Studi ini mengeksplorasi dampak atribut yang dirasakan dan atribut interaktif dalam layanan yang dipersonalisasi hotel terhadap kepuasan pelanggan. Dengan menganalisis data ulasan daring pelanggan hotel di Ctrip.com, dikombinasikan dengan analisis teks, analisis sentimen, dan analisis regresi, faktor-faktor kunci yang memengaruhi umpan balik pelanggan dieksplorasi. Hasil penelitian menunjukkan bahwa atribut yang dipersepsikan (seperti kenyamanan dan fasilitas kamar) memengaruhi kepuasan pelanggan melalui fungsionalitas dan nilai emosional, sementara atribut interaktif (seperti responsivitas, komunikasi, dan empati karyawan) meningkatkan kepuasan pelanggan dengan meningkatkan partisipasi pelanggan dan pengalaman personal. Ditemukan bahwa fokus pada penguatan interaksi dengan pelanggan dapat meningkatkan kepuasan secara keseluruhan secara signifikan. Studi ini memberikan dukungan empiris yang relevan terhadap peran layanan personal dalam industri perhotelan dan memberikan saran praktis bagi manajer hotel untuk mengoptimalkan pengalaman pelanggan.



ABSTRACT

Li Yinghui (2025), "*The Impact of Personalized Hotel Services on Customer Satisfaction: A Case Study of Shanghai World Expo Savhe Hotel*". Thesis, Management Science, Postgraduate Program, Universitas Pendidikan Ganesha.

This thesis has been approved and reviewed by the supervisors I: Dr. Fridayana Yudiaatmaja, M.Sc. and II: Dr. Ni Made Ary Widiastini, S.St.Par., M.Par.

Keywords: personalized service, customer satisfaction, text analysis, sentiment analysis

In the increasingly competitive hotel industry, personalized services have gradually become an important factor affecting customer satisfaction. This study explores the impact of perceived attributes and interactive attributes in hotel personalized services on customer satisfaction. By analyzing the online review data of hotel customers on Ctrip.com, combined with text analysis, sentiment analysis, and regression analysis, the key influencing factors in customer feedback were explored. The results show that perceived attributes (such as room comfort and facilities) affect customer satisfaction through functionality and emotional value, while interactive attributes (such as employee responsiveness, communication, and empathy) improve customer satisfaction by enhancing customer participation and personalized experience. It is found that focusing on strengthening interaction with customers can significantly improve overall satisfaction. This study provides relevant empirical support for the role of personalized services in the hotel industry and provides practical suggestions for hotel managers to optimize customer experience.

