E-ISSN: 3025-0994
Halaman 4218-4229
Volume 4 Nomor 4 Tahun 2026

Pengalaman Karyawan Menyelaraskan Layanan Pemasaran dan Praktik SDM Pada Hotel Butik Yogyakarta

Nurmono[1] Amirudin[2]

[1,2] Program Studi Fakultas Manajemen S1 Ekonomi Dan Bisnis, Universitas Pamulang
e-mail: dosen02254@unpam.ac.id , amirudin.map7@gmail.com

Abstrak

Penelitian ini bertujuan mengkaji pengalaman karyawan dalam menyelaraskan layanan pemasaran dan praktik sumber daya manusia (SDM) pada hotel butik di Yogyakarta, termasuk pemaknaan kesesuaian pesan dengan layanan serta kendala kerja. Penelitian menelaah materi penelitian dengan memeriksa asal-usul dan status bukti transkrip serta meninjau empat fokus pengalaman yang ditetapkan. Temuan utama menunjukkan bahwa transkrip dan identitas informan yang tersedia merupakan simulasi, sehingga tidak dapat diperlakukan sebagai kesaksian lapangan autentik. Akibatnya, penelitian belum dapat merumuskan temuan empiris tentang pengalaman penyelarasan janji pemasaran dengan tindakan layanan, pemaknaan karyawan atas kesesuaian pesan, dukungan praktik SDM, ataupun kendala yang dihadapi. Tidak tersedia bukti autentik yang mendukung kutipan, pola pengalaman, perbedaan antarpekerja, atau klaim mengenai praktik hotel; karena itu, status transkrip menjadi satu-satunya hasil yang dapat dipastikan. Temuan ini bukan bukti bahwa praktik atau pengalaman tersebut tidak terjadi, melainkan batas pada kesimpulan yang dapat ditarik dari materi yang diperiksa. Secara teoretis, studi ini menawarkan kontribusi metodologis dengan membedakan status bukti dari tema pengalaman, sekaligus menempatkan pengalaman karyawan sebagai penghubung konseptual antara iklim layanan, praktik SDM, dan penerjemahan pesan pemasaran ke dalam tindakan. Kesimpulannya, pengalaman karyawan belum dapat disimpulkan secara bertanggung jawab; penelitian lanjutan perlu menggunakan wawancara autentik yang dapat ditelusuri serta membandingkannya dengan observasi atau dokumen organisasi agar kesimpulan tentang penyelarasan layanan memiliki dasar yang transparan.

Kata Kunci: Pengalaman Karyawan, Penyelarasan Layanan, Praktik SDM, Hotel Butik, Audit Trail

Abstract

This study aimed to examine boutique-hotel employees' experiences of aligning marketing services with human resource (HR) practices in Yogyakarta, including how they interpreted the fit between marketing messages and service delivery and what work-related obstacles they encountered. The study reviewed the research materials by checking the provenance and evidentiary status of transcripts and considering the four specified areas of employee experience. The main finding was that the available transcripts and informant identities were simulations and therefore could not be treated as authentic field testimony. Consequently, the study could not establish empirical findings about employees' experiences of translating marketing promises into service actions, their interpretations of message–service fit, HR support practices, or workplace constraints. No authentic evidence supported quotations, patterns of experience, differences among employees, or claims about hotel practices; transcript status was therefore the only finding that could be confirmed. This does not demonstrate that such practices or experiences did not occur; it marks the limits of the conclusions warranted by the materials reviewed. The study's theoretical contribution is

methodological: it distinguishes evidentiary status from experiential themes while conceptually positioning employee experience as a link between service climate, HR practices, and the translation of marketing messages into action. In conclusion, employee experiences could not be responsibly inferred; future research should use traceable, authentic interviews and compare them with observations or organizational documents to support transparent conclusions about service alignment.

Keywords: Employee Experience, Service Alignment, HR Practices, Boutique Hotel, Audit Trail

LATAR BELAKANG

Industri perhotelan menyampaikan janji layanan melalui materi pemasaran dan mewujudkannya dalam interaksi karyawan dengan tamu. Informasi mengenai keramahan, kenyamanan, dan perhatian personal membentuk harapan sebelum tamu mengalami pelayanan secara langsung. Karyawan kemudian menerjemahkan standar organisasi ke dalam tindakan yang berlangsung selama kontak pelayanan. Pengalaman tamu berkaitan dengan kesesuaian antara pesan yang disampaikan dan layanan yang diterima. Praktik sumber daya manusia (SDM) menyediakan konteks kerja bagi karyawan untuk memahami dan menjalankan tuntutan layanan tersebut. Pengalaman karyawan karena itu menjadi titik penghubung antara komunikasi pemasaran hotel dan pelaksanaan layanan sehari-hari.

Kesesuaian pesan pemasaran dengan layanan bergantung pada penerjemahan harapan ke dalam perilaku kerja yang dapat diterapkan dalam situasi pelayanan. Karyawan berhadapan dengan kebutuhan tamu yang berubah selama proses interaksi, sementara standar organisasi memberi arah bagi tindakan mereka. Pelatihan, pembagian tugas, komunikasi internal, dan pengakuan kerja merupakan praktik SDM yang dapat membentuk pengalaman kerja karyawan. Pengalaman tersebut memengaruhi cara karyawan memahami dukungan organisasi dan tuntutan pelayanan. Jehanzeb (2025) mengajukan hubungan konseptual antara praktik SDM berkelanjutan, pembentukan pekerjaan oleh karyawan, dan pengalaman karyawan. Kerangka itu membantu menempatkan pengalaman kerja sebagai bagian dari penjelasan mengenai bagaimana kebijakan organisasi berhubungan dengan pelaksanaan layanan.

Praktik SDM juga menyampaikan sinyal tentang perilaku dan prioritas yang dihargai organisasi. Karyawan menafsirkan sinyal tersebut melalui kebijakan, komunikasi, serta keadaan kerja yang mereka alami. Nyfoudi et al. (2024) menjelaskan bahwa praktik SDM dalam situasi krisis dapat mengirimkan sinyal berbeda dan membentuk persepsi karyawan mengenai suara serta iklim organisasi. Gagasan tersebut menunjukkan bahwa kebijakan formal saja tidak menjelaskan sepenuhnya pengalaman kerja, sebab pemaknaan karyawan turut membentuk cara kebijakan dipahami. Dalam konteks hotel, pemaknaan atas dukungan kerja berhubungan dengan cara karyawan menghadapi tuntutan layanan yang disampaikan melalui pemasaran. Pengalaman karyawan dapat memperlihatkan bagaimana tuntutan dan dukungan itu hadir dalam pekerjaan sehari-hari.

Kajian mengenai praktik SDM dan pengalaman karyawan memberi landasan untuk memahami hubungan antara kebijakan organisasi dan perilaku kerja. Kajian tersebut belum secara khusus menjelaskan bagaimana karyawan hotel butik memaknai kesesuaian pesan pemasaran dengan layanan yang mereka jalankan, sekaligus memahami dukungan SDM dan kendala penyelarasan dalam pekerjaan. Celah ini bersifat konseptual dan kontekstual: pengalaman kerja dibahas sebagai bagian dari hubungan SDM, sedangkan penerjemahan janji pemasaran ke dalam tindakan layanan memerlukan perhatian pada pengalaman karyawan di lingkungan hotel. Penelitian ini menghubungkan Manajemen Pemasaran Jasa dan manajemen SDM melalui pengalaman kerja yang terdokumentasi secara empiris. Fokus tersebut membedakan kajian ini dari uraian konseptual mengenai kebijakan SDM yang tidak

secara khusus menelaah penyelarasan pesan pemasaran dan pelaksanaan layanan di hotel butik Yogyakarta.

Penelitian ini bertujuan mengkaji pengalaman karyawan dalam menyelaraskan layanan pemasaran dan praktik SDM pada hotel butik di Yogyakarta. Pertanyaan penelitian pertama ialah: RQ1: Bagaimana karyawan memaknai kesesuaian pesan pemasaran dengan layanan yang diberikan kepada tamu? Pertanyaan kedua ialah: RQ2: Bagaimana karyawan mengalami dukungan praktik SDM dan kendala dalam menyelaraskan tuntutan pemasaran dengan pelaksanaan layanan? Pendekatan kualitatif digunakan untuk memahami pemaknaan, pengalaman kerja, serta keadaan yang menyertai penyelarasan tersebut. Kebaruan penelitian ini bersifat metodologis-teoretis, yakni menempatkan pengalaman kerja yang terdokumentasi secara empiris sebagai penghubung kajian pemasaran jasa dan manajemen SDM.

Kontribusi penelitian ini mencakup dua hal. Pertama, penelitian mengarahkan pembahasan teoretis pada hubungan antara pesan pemasaran, praktik SDM, dan pengalaman karyawan; kedua, temuan empiris yang diperoleh dari kesaksian karyawan dapat menjadi bahan pertimbangan pengelola dalam menyelaraskan janji layanan dengan dukungan kerja.

Penyelarasan juga dapat dipahami melalui konsep *service climate*, yaitu persepsi bersama karyawan mengenai prioritas layanan yang benar-benar didukung organisasi. Konsep ini membedakan antara standar tertulis dan iklim kerja yang terbentuk melalui konsistensi keputusan sehari-hari. Sebagai contoh, pesan pemasaran tentang layanan personal akan sulit diwujudkan apabila karyawan dinilai terutama berdasarkan kecepatan penyelesaian tugas tanpa ruang untuk merespons kebutuhan khusus tamu. Kewenangan mengambil keputusan dalam batas tertentu dapat membantu karyawan menyesuaikan pelayanan tanpa meninggalkan identitas dan standar hotel. Pengalaman karyawan dapat memperlihatkan apakah prioritas yang dikomunikasikan organisasi tercermin dalam kondisi yang memungkinkan layanan tersebut terlaksana.

Perspektif *boundary spanning* turut menjelaskan posisi karyawan yang menghubungkan tuntutan internal organisasi dengan kebutuhan tamu. Dalam peran itu, karyawan bukan sekadar pelaksana prosedur, melainkan juga penafsir informasi dan pengelola ketegangan antara janji layanan, sumber daya, serta situasi konkret. Misalnya, ketika tamu meminta penyesuaian layanan yang tidak tercantum dalam prosedur, karyawan perlu menimbang kewenangan, ketersediaan dukungan, dan harapan yang telah dibentuk komunikasi pemasaran. Perbedaan antara keleluasaan profesional dan kepatuhan prosedural dapat menghasilkan pengalaman kerja yang berlainan, sekalipun karyawan menghadapi jenis permintaan serupa. Analisis atas pengalaman tersebut dapat membantu membedakan kendala yang bersumber dari keterbatasan individu dengan kendala yang berakar pada rancangan koordinasi, sehingga rekomendasi pengelolaan lebih tepat diarahkan pada dukungan dan pengaturan kerja.

TINJAUAN PUSTAKA

Penyelarasan Pemasaran dan Layanan

Pesan pemasaran hotel membentuk harapan tamu terhadap keramahan, kenyamanan, dan perhatian personal. Karyawan menerjemahkan pesan tersebut ke dalam interaksi pelayanan selama tamu berhubungan dengan hotel. Pengalaman karyawan dalam menyelaraskan pesan dan tindakan layanan menjadi fokus kajian ini. Karyawan menerapkan standar organisasi dalam pekerjaan sehari-hari, sementara kebutuhan tamu dapat berubah selama pelayanan berlangsung. Penyelarasan mencakup pemahaman terhadap janji layanan dan penerapannya dalam rutinitas kerja. Pengalaman kerja menjadi penghubung antara komunikasi pemasaran dan layanan yang diterima tamu.

Praktik SDM dan Pengalaman Karyawan

Praktik sumber daya manusia membentuk konteks kerja yang membantu karyawan memahami dan memenuhi tuntutan layanan. Pelatihan, pengaturan tugas, komunikasi

internal, dan pengakuan kerja merupakan sejumlah praktik yang dibahas dalam pengelolaan karyawan hotel. Praktik-praktik tersebut berkaitan dengan dukungan yang diterima karyawan saat memberikan pelayanan. Pengalaman karyawan mencakup penafsiran mereka terhadap kebijakan dan kondisi kerja yang menyertai pelaksanaan tugas. Jehanzeb (2025) mengusulkan kerangka konseptual yang mengaitkan praktik SDM berkelanjutan dengan pembentukan pekerjaan oleh karyawan serta pengalaman karyawan. Kerangka itu menggunakan pengalaman kerja untuk menjelaskan hubungan antara praktik organisasi dan tindakan pelayanan.

Praktik SDM juga dapat dipahami sebagai petunjuk mengenai perilaku yang dihargai organisasi. Karyawan menafsirkan petunjuk tersebut melalui kebijakan, komunikasi, dan kondisi kerja yang mereka hadapi. Nyfoudi et al. (2024) menjelaskan bahwa praktik SDM selama krisis dapat menyampaikan sinyal yang berbeda sekaligus membentuk persepsi tentang suara karyawan dan iklim organisasi. Gagasan ini mengarahkan kajian pada penafsiran karyawan, bukan hanya pada keberadaan kebijakan resmi. Di lingkungan hotel, penafsiran terhadap dukungan kerja membantu menjelaskan cara karyawan merespons tuntutan layanan yang disampaikan melalui pemasaran. Pengalaman karyawan pun menjadi fokus untuk mengkaji hubungan antara dukungan organisasi dan pelaksanaan layanan.

Sintesis Penelitian Terdahulu

Kajian terdahulu membahas pengalaman karyawan melalui dua jalur yang saling melengkapi. Kerangka Jehanzeb mengaitkan praktik SDM dengan pengalaman dan pembentukan pekerjaan oleh karyawan, sedangkan penelitian Nyfoudi dan kolega membahas sinyal praktik SDM serta persepsi karyawan. Kedua gagasan menempatkan pemaknaan karyawan sebagai unsur untuk menjelaskan hubungan antara kebijakan dan perilaku kerja. Fokus keduanya berbeda: kajian pertama menelaah hubungan praktik SDM dengan pengalaman kerja, sementara kajian kedua membahas persepsi terhadap sinyal organisasi selama krisis. Kedua kerangka tersebut belum secara khusus mengkaji hubungan antara pesan pemasaran hotel, pelaksanaan layanan, dan pengalaman karyawan.

Tabel 1 **Sintesis Penelitian Terdahulu**

Peneliti (Tahun)	Fokus Kajian	Hasil Ringkas	Research Gap	Posisi Penelitian Ini
Jehanzeb (2025)	Praktik SDM dan pengalaman karyawan	Kerangka konseptual menghubungkan praktik, pembentukan kerja, pengalaman	Penyelarasan pemasaran dan layanan hotel	Mengkaji pengalaman karyawan hotel butik
Nyfoudi et al. (2024)	Sinyal SDM dalam situasi krisis	Sinyal membentuk persepsi suara dan iklim	Pesan pemasaran dan tindakan layanan	Menghubungkan pemaknaan, dukungan SDM, layanan

Sintesis tersebut menggunakan praktik SDM dan penafsiran terhadap sinyal organisasi sebagai dua sudut pandang untuk membaca pengalaman karyawan. Kedua kajian menyediakan pijakan yang berbeda, tetapi belum menjelaskan secara langsung bagaimana janji pemasaran diterjemahkan menjadi tindakan pelayanan di hotel. Penelitian ini mengkaji hubungan tersebut melalui pengalaman kerja karyawan hotel butik Yogyakarta. Fokus ini menghubungkan kajian pemasaran jasa dengan manajemen SDM melalui pengalaman karyawan. Secara teoretis, penelitian ini memusatkan pengalaman kerja sebagai penghubung kedua ranah; secara praktis, penelitian ini membantu memahami dukungan kerja yang menyertai janji layanan.

METODE

Penelitian ini menggunakan pendekatan kualitatif untuk mengkaji pengalaman karyawan dalam menyelaraskan layanan pemasaran dengan praktik SDM. Fokus kajian meliputi pengalaman penyelarasan, pemahaman tentang kecocokan pesan pemasaran dengan layanan, dukungan praktik SDM, dan hambatan yang dihadapi. Penelitian berlokasi di sebuah hotel butik di Yogyakarta; identitas hotel dan unit kerja dicatat sebagai dengan bentuk data serta prosedur aktual. Pemeriksaan status dokumen dibedakan dari pengumpulan kesaksian karyawan.

Bahan kajian mencakup transkrip dan temuan terkait empat fokus penelitian. Jawaban dan identitas informan dalam transkrip merupakan simulasi, bukan hasil wawancara yang benar-benar dilakukan, sehingga tidak digunakan untuk menyusun uraian empiris mengenai pengalaman karyawan hotel. Jumlah, karakteristik jabatan dan masa kerja, serta teknik pemilihan informan yang benar-benar diwawancarai dicatat dan karakteristik. Prosedur perekrutan dan persetujuan dicatat sebagai prosedur perekrutan dan persetujuan] agar pembaca mengetahui siapa yang memberikan kesaksian dan bagaimana partisipasi berlangsung.

Teknik pengumpulan data aktual dicatat sebagai: teknik pengumpulan data aktual, seperti wawancara, observasi, atau dokumentasi. Jika wawancara dilaksanakan, waktu, durasi, media, pedoman, dan rekaman pelaksanaannya dicatat sebagai waktu, durasi, dan media wawancara]. Prosedur observasi sedangkan dokumen organisasi yang diperiksa dicatat: jenis dokumen dan asalnya. Pemisahan kesaksian autentik, pengamatan langsung, dan dokumen organisasi menjaga ketepatan penyajian sumber data. Contoh pelatihan, koordinasi, perubahan informasi promosi, dan keterbatasan petugas tidak diperlakukan sebagai data lapangan karena berasal dari simulasi.

Teknik analisis dan tahapan yang benar-benar dijalankan dicatat sebagai: teknik analisis dan tahapan Pengodean, pengelompokan makna, dan penyusunan tema hanya diuraikan jika diterapkan pada data autentik. Transkrip simulasi tidak dapat menjadi dasar untuk menetapkan pemaknaan atas kesesuaian pesan dengan layanan, dukungan SDM, atau hambatan kerja; karena itu, empat fokus penelitian belum dapat dinyatakan sebagai temuan empiris mengenai pengalaman karyawan. Prosedur keabsahan aktual dicatat sebagai, konfirmasi informan, jejak audit, atau prosedur lain yang diterapkan, termasuk pemeriksaan konsistensi data dan dokumentasi keputusan analisis.

Sebelum menggunakan materi dalam penalaran penelitian, peneliti membedakan asal-usul dan fungsi setiap bagian agar contoh ilustratif tidak diperlakukan sebagai kesaksian yang dapat ditelusuri kepada partisipan. Catatan keputusan menjelaskan bagian yang berfungsi sebagai rancangan, yang telah diperiksa, dan yang dapat mendukung uraian hasil. Keterlacakan mencakup jenis sumber serta alasan materi diterima atau dikesampingkan. Batas penggunaan materi dijaga konsisten dalam penyusunan hasil.

Hubungan fokus penelitian dengan bahan autentik perlu diuji berdasarkan pertanyaan penelitian, bukan sekadar kecocokan kata kunci. Keselarasan pesan pemasaran hanya dapat didukung oleh bahan sahih yang menjelaskan kaitan informasi yang diterima karyawan dengan layanan yang dijalankan dan dialami. Kajian praktik SDM memerlukan keterangan yang membedakan dukungan organisasi dari penilaian umum atau dugaan peneliti. Pemeriksaan ini mencegah pernyataan terbatas digeneralisasi sebagai gambaran seluruh unit kerja. Jika hubungan bahan dengan fokus tidak dapat dibuktikan, batas tersebut perlu tercermin dalam cakupan klaim.

Keterangan waktu, situasi, dan hubungan tugas informan dengan layanan membantu pembaca menilai konteks informasi serta membedakan pengalaman langsung dari pengetahuan tidak langsung, tanpa mengungkap identitas pribadi. Konteks disajikan secara proporsional karena praktik layanan dan pengelolaan SDM dapat berbeda antarunit maupun antarperiode kerja. Klaim dibatasi pada lingkup yang didukung keterangan dan konteks pelaksanaan.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Gambaran Umum

Profil hotel butik yang menjadi lokasi penelitian belum dapat diuraikan sebagai gambaran faktual karena identitas, alamat, sejarah, visi, dan misi hotel tidak tercantum dalam hasil penelitian. Informasi mengenai unit kerja yang berhubungan dengan layanan pemasaran dan pengelolaan SDM juga memerlukan pelengkapan. Struktur organisasi, program layanan, dan kegiatan SDM yang berlangsung di lokasi perlu disajikan berdasarkan dokumentasi atau keterangan autentik. Informasi tersebut diperlukan untuk menjelaskan konteks kerja karyawan tanpa mengasumsikan keadaan hotel tertentu.

Pemeriksaan status transkrip mengidentifikasi bahwa jawaban dan identitas informan yang dicantumkan merupakan simulasi, bukan hasil wawancara aktual. Status tersebut menjadi hasil utama pemeriksaan materi penelitian karena menentukan apakah pengalaman karyawan dapat dipaparkan sebagai data lapangan. Transkrip simulasi tidak menunjukkan kesaksian yang dapat dihubungkan dengan partisipasi nyata karyawan. Tidak ada kutipan wawancara autentik yang dapat disajikan untuk mengilustrasikan pengalaman kerja. Pengamatan langsung dan dokumen organisasi autentik juga tidak menjadi bukti yang dinyatakan dalam hasil penelitian. Pemetaan tema berikut mencatat status bukti pada setiap fokus, bukan merumuskan pengalaman karyawan yang tidak terverifikasi.

Pengalaman Penyelarasan Layanan

Pengalaman karyawan dalam menghubungkan janji pemasaran dengan tindakan layanan belum dapat dirumuskan sebagai tema empiris. Fokus ini memerlukan keterangan langsung dari karyawan tentang pekerjaan yang mereka jalankan dan hubungannya dengan pesan layanan hotel. Transkrip simulasi tidak dapat menunjukkan bagaimana karyawan memahami standar layanan dalam situasi kerja sehari-hari. Bahan yang diperiksa juga tidak menyediakan kutipan autentik dari informan berbeda sebagai dukungan silang. Observasi kegiatan pelayanan atau dokumentasi prosedur kerja tidak dicatat sebagai bukti yang dapat melengkapi keterangan tersebut. Hasil penelitian belum mengidentifikasi pola pengalaman, kesepakatan, ataupun perbedaan antarpekerja dalam proses penyelarasan.

Pemaknaan Pesan dan Layanan

Pemaknaan karyawan atas kecocokan antara pesan pemasaran dan layanan yang diterima tamu belum dapat ditetapkan. Fokus tersebut memerlukan uraian autentik mengenai pesan yang diketahui karyawan serta tindakan layanan yang mereka lakukan. Materi penelitian tidak memuat kesaksian aktual yang dapat memperlihatkan apakah karyawan menilai pesan pemasaran sesuai dengan praktik pelayanan. Kutipan simulasi tidak dapat digunakan untuk menyatakan bahwa keramahan, kenyamanan, atau perhatian personal telah diwujudkan dalam interaksi dengan tamu. Catatan observasi dan dokumen promosi yang dapat dibandingkan dengan praktik pelayanan juga tidak tercatat sebagai hasil. Belum terbentuk pola makna yang dapat menjelaskan cara karyawan menilai kesesuaian janji dengan pengalaman layanan.

Dukungan Praktik SDM

Dukungan praktik SDM bagi pelaksanaan janji layanan belum menghasilkan tema yang dapat dipastikan secara empiris. Penelitian belum dapat menetapkan bentuk pelatihan, pengaturan tugas, komunikasi internal, atau pengakuan kerja yang benar-benar dialami karyawan. Contoh mengenai praktik tersebut tidak dapat diperlakukan sebagai temuan lapangan tanpa kesaksian autentik atau dokumentasi organisasi. Tidak ada kutipan dari informan berbeda yang dapat menunjukkan bagaimana dukungan SDM dipahami atau digunakan dalam pekerjaan. Keterangan tentang kebijakan formal juga belum dapat dipadankan dengan pengalaman pelaksanaan di unit kerja. Hasil pada fokus ini karena itu mencatat bahwa hubungan antara dukungan SDM dan tindakan layanan belum teruraikan melalui bukti empiris.

Kendala Penyelarasan

Kendala yang dialami karyawan saat memenuhi tuntutan pemasaran juga belum dapat ditetapkan sebagai hasil empiris. Contoh perubahan informasi promosi, koordinasi, dan

keterbatasan petugas tidak menunjukkan pengalaman nyata tanpa dukungan keterangan autentik. Tidak tersedia kutipan wawancara aktual yang mengidentifikasi kendala, situasi kemunculannya, atau cara karyawan menanganinya. Bukti observasi maupun dokumen yang dapat menegaskan keadaan tersebut juga tidak dicatat dalam hasil. Penelitian belum dapat membedakan kendala yang bersumber dari prosedur, dukungan organisasi, atau keadaan pelayanan. Tidak ada kasus negatif yang dapat disajikan secara bertanggung jawab karena tidak terdapat kesaksian autentik untuk dibandingkan dengan pola pengalaman lainnya.

Ringkasan Hasil

Hasil penelitian menunjukkan bahwa status transkrip merupakan temuan yang dapat dipastikan, sedangkan empat fokus pengalaman karyawan belum menghasilkan uraian empiris. Pengalaman penyelarasan, pemaknaan kesesuaian pesan, dukungan SDM, dan kendala kerja masing-masing memerlukan kesaksian karyawan yang benar-benar diwawancarai. Kutipan, jumlah informan, profil jabatan, serta masa kerja tidak dapat disajikan sebagai fakta karena tidak tercatat sebagai data autentik. Kesimpulan hasil terbatas pada status bukti dan ruang lingkup tema yang belum dapat dirumuskan. Profil hotel serta konteks unit kerja memerlukan pelengkapan berdasarkan catatan faktual: Temuan mengenai praktik hotel baru dapat disusun setelah bukti lapangan autentik tersedia untuk mendukung uraian setiap fokus.

Dalam penelitian kualitatif, batas antara interpretasi dan klaim empiris dapat dijelaskan melalui konsep *audit trail*, yaitu jejak yang memungkinkan pembaca menelusuri hubungan antara bukti, proses analisis, dan kesimpulan. Penerapannya menuntut pencatatan asal setiap transkrip, waktu pengumpulan, identitas samaran, serta perubahan yang dilakukan pada naskah selama pengolahan. Pada penelitian ini, status simulasi transkrip membatasi analisis pada pemeriksaan kelayakan bukti, bukan interpretasi tentang pengalaman kerja. Tema mengenai tindakan karyawan tidak dapat diturunkan hanya dari kesesuaian antara fokus penelitian dan contoh jawaban yang disusun.

Batas inferensi ini memiliki implikasi terhadap cara hasil penelitian disusun dan dinilai pembaca. Pernyataan bahwa suatu pengalaman belum dapat ditetapkan berbeda secara epistemik dari pernyataan bahwa pengalaman tersebut tidak pernah terjadi. Sebagai ilustrasi, ketiadaan bukti autentik mengenai pengarahan sebelum giliran kerja tidak menunjukkan bahwa pengarahan semacam itu tidak berlangsung di hotel. Verifikasi lanjutan perlu menghubungkan catatan wawancara yang dapat ditelusuri dengan sumber pembanding, seperti prosedur tertulis atau pengamatan pada situasi pelayanan, tanpa menganggap satu sumber otomatis mengesahkan sumber lainnya. Perbandingan itu memungkinkan peneliti mengidentifikasi kesesuaian maupun pertentangan bukti, sehingga kesimpulan berikutnya memiliki dasar yang transparan dan tidak melampaui cakupan data.

Pemaknaan Kesesuaian Pesan dan Layanan

Rumusan pertama menanyakan cara karyawan memaknai kesesuaian pesan pemasaran dengan layanan kepada tamu. Pembahasan atas pertanyaan tersebut berangkat dari kepastian bahwa identitas dan jawaban informan dalam transkrip merupakan simulasi. Status tersebut membatasi hasil pada pemeriksaan asal-usul materi, bukan penafsiran pengalaman karyawan. Kesesuaian antara janji pemasaran dan layanan belum dapat dinyatakan sebagai pola pengalaman yang ditemukan. Perbedaan antara tidak adanya tema empiris dan adanya temuan mengenai status transkrip perlu dipertahankan dalam membaca hasil.

Pesan pemasaran membentuk harapan tamu, sedangkan tindakan karyawan menjadi bagian dari pengalaman layanan yang diterima. Hubungan antara keduanya bergantung pada cara karyawan memahami janji layanan serta menerapkannya dalam situasi kerja. Konsep *service climate* memberi lensa untuk membaca keterkaitan tersebut melalui persepsi karyawan tentang prioritas layanan yang didukung organisasi. Materi simulasi tidak dapat menunjukkan apakah prioritas itu dipahami secara seragam atau diwujudkan dalam interaksi pelayanan. Tafsir mengenai kecocokan pesan dan layanan karenanya tetap menjadi pertanyaan penelitian, bukan kesimpulan substantif.

Konsep *boundary spanning* menempatkan karyawan pada posisi yang menghubungkan kebutuhan tamu dengan tuntutan dan prosedur internal hotel. Peran tersebut dapat melibatkan penafsiran janji pemasaran ketika kebutuhan tamu tidak sepenuhnya sesuai dengan prosedur rutin. Penjelasan itu membantu merumuskan aspek yang patut diperiksa dalam pengalaman kerja autentik. Contoh permintaan tamu atau keputusan layanan tidak dapat diambil dari materi simulasi sebagai bukti kejadian di hotel. Pembahasan ini menggunakan konsep tersebut sebagai kerangka pemaknaan, bukan sebagai penjelasan atas tindakan karyawan tertentu.

Kerangka Jehanzeb (2025) menghubungkan praktik SDM, pembentukan pekerjaan oleh karyawan, dan pengalaman karyawan secara konseptual. Kerangka itu membantu menjelaskan mengapa pemaknaan layanan layak ditelusuri bersama konteks kerja, tetapi tidak mengisi kekosongan kesaksian empiris. Nyfoudi et al. (2024) membahas bagaimana praktik SDM dalam situasi krisis dapat mengirimkan sinyal berbeda dan membentuk persepsi karyawan. Fokus tersebut memperkuat perhatian terhadap penafsiran sinyal organisasi, sementara konteks krisisnya berbeda dari fokus penyelarasan pemasaran dan layanan hotel. Kedua kajian memberi landasan konseptual, bukan konfirmasi terhadap pengalaman karyawan di lokasi penelitian.

Kesesuaian pesan pemasaran dengan tindakan layanan mungkin bergantung pada kejelasan informasi, pemahaman standar, dan ruang pengambilan keputusan karyawan. Faktor-faktor tersebut merupakan kemungkinan analitis yang berangkat dari fokus penelitian, bukan pendorong yang telah dibuktikan oleh hasil. Penafsiran alternatif juga perlu dipertimbangkan, sebab perbedaan pengalaman tamu dapat berkaitan dengan situasi pelayanan, bukan semata-mata ketidaksesuaian janji. Kesaksian autentik perlu memperlihatkan bagaimana karyawan memahami pesan, mengaitkannya dengan tugas, dan menilai layanan yang dijalankan. Tanpa rangkaian keterangan itu, klaim tentang arah atau sumber ketidaksesuaian tidak memiliki dasar empiris.

Kontribusi teoretis pada fokus pertama terletak pada penempatan pengalaman karyawan sebagai penghubung analitis antara komunikasi pemasaran jasa dan pelaksanaan layanan. Kerangka Jehanzeb membantu membahas hubungan pengalaman kerja dengan praktik SDM, sedangkan gagasan *service climate* mengarahkan perhatian pada prioritas layanan yang dirasakan. Integrasi kedua lensa menajamkan pertanyaan tentang kondisi kerja yang memungkinkan janji pemasaran diterjemahkan menjadi tindakan. Hasil penelitian yang tersedia belum mengembangkan jawaban empiris atas pertanyaan tersebut. Pemaknaan kesesuaian pesan dan layanan belum dapat disimpulkan dari materi yang diperiksa.

Pengalaman Dukungan SDM dan Kendala Penyelarasan

Rumusan kedua menanyakan pengalaman karyawan atas dukungan praktik SDM serta kendala dalam menyelaraskan tuntutan pemasaran dengan layanan. Hasil yang dapat dibahas secara faktual ialah status transkrip simulasi, bukan pengalaman dukungan atau hambatan kerja. Tidak ada dasar untuk menyatakan pelatihan, pembagian tugas, komunikasi internal, atau pengakuan kerja telah membantu maupun menghambat layanan. Contoh mengenai praktik tersebut tidak dapat diperlakukan sebagai kesaksian lapangan. Pertanyaan kedua tetap terbuka pada tingkat pengalaman karyawan.

Praktik SDM dapat membentuk konteks yang membantu karyawan memahami harapan organisasi dan menjalankan pekerjaan pelayanan. Jehanzeb (2025) mengaitkan praktik SDM berkelanjutan dengan pembentukan pekerjaan oleh karyawan dan pengalaman karyawan dalam kerangka konseptual. Kerangka itu mengarahkan analisis pada hubungan antara dukungan organisasi dan cara karyawan menjalankan tugas, bukan pada keberadaan kebijakan semata. Penerapannya pada hotel butik memerlukan keterangan mengenai kebijakan yang dialami serta makna yang diberikan karyawan. Data simulasi tidak menyediakan landasan untuk menetapkan hubungan tersebut sebagai hasil penelitian.

Sinyal praktik SDM juga dapat ditafsirkan berbeda menurut komunikasi dan keadaan kerja yang dialami karyawan. Nyfoudi et al. (2024) menjelaskan keterkaitan sinyal praktik SDM dalam situasi krisis dengan persepsi tentang suara karyawan dan iklim organisasi. Gagasan

itu mendukung perhatian pada cara kebijakan dipahami, bukan hanya pada rumusan formalnya. Konteks krisis dalam kajian tersebut tidak dapat disamakan dengan situasi kerja hotel butik, sehingga perbandingan berfungsi sebagai pijakan konseptual. Pengalaman informan yang autentik tetap diperlukan untuk mengetahui bagaimana sinyal dukungan hadir dalam pekerjaan layanan.

Kendala penyelarasan dapat dibahas melalui ketegangan antara prosedur, kebutuhan tamu, dan kewenangan yang diberikan kepada karyawan. Perspektif *boundary spanning* membantu mengidentifikasi posisi kerja yang menghubungkan tuntutan internal dengan permintaan tamu. Perspektif itu juga membuka perhatian pada kemungkinan bahwa hambatan muncul dari keterbatasan organisasi, bukan semata-mata kemampuan individu. Hasil yang tersedia tidak menunjukkan bentuk kendala tertentu ataupun cara karyawan mengatasinya. Penjelasan mengenai akar masalah harus mengikuti pengalaman langsung dan konteks tugas yang dapat ditelusuri.

Perbandingan dengan kajian terdahulu menunjukkan ruang temu pada perhatian terhadap pemaknaan karyawan dan hubungan praktik organisasi dengan pengalaman kerja. Kerangka Jehanzeb membahas hubungan konseptual praktik SDM dengan pengalaman, sedangkan Nyfoudi et al. (2024) menyoroti sinyal SDM dan persepsi karyawan dalam konteks krisis. Kedua kajian belum memberikan bukti tentang kendala penyelarasan pemasaran dan layanan di hotel butik Yogyakarta. Perbedaan konteks tersebut menjadikan penelitian ini berpotensi memperluas dialog antarkajian apabila ditopang kesaksian lapangan yang sahih. Pada tahap hasil yang dibahas, perluasan empiris itu belum dapat diklaim.

Kontribusi metodologis pembahasan kedua terletak pada pembedaan tegas antara ilustrasi dan kesaksian yang dapat ditelusuri. Klaim mengenai dukungan maupun kendala memerlukan bahan yang menunjukkan sumber informasi, konteks kerja, dan kaitannya dengan pelaksanaan janji layanan. Observasi dan dokumen organisasi dapat memberi konteks tambahan apabila benar-benar dikumpulkan dan diperiksa bersama wawancara autentik. Kejelasan asal-usul bukti juga memungkinkan pembaca menilai bagaimana kesimpulan disusun melalui *audit trail*. Pengalaman dukungan SDM dan kendala penyelarasan belum dapat dirumuskan sebagai temuan empiris, sedangkan keaslian bukti menjadi syarat bagi penjelasan yang dapat dipertanggungjawabkan.

SIMPULAN

Pemaknaan karyawan mengenai kesesuaian pesan pemasaran dengan layanan kepada tamu belum dapat disimpulkan sebagai temuan empiris. Transkrip dan identitas informan merupakan simulasi, bukan kesaksian wawancara aktual. Karena itu, penelitian belum menjelaskan pemahaman karyawan atas janji layanan, kaitan pesan pemasaran dengan tindakan pelayanan, atau penilaian mereka atas kesesuaian keduanya dalam pekerjaan sehari-hari. Rumusan masalah pertama belum memperoleh jawaban substantif tentang pengalaman karyawan hotel butik di Yogyakarta. Pengalaman karyawan mengenai dukungan praktik SDM dan kendala menyelaraskan tuntutan pemasaran dengan layanan juga belum dapat dirumuskan secara empiris. Transkrip simulasi tidak membuktikan bentuk dukungan organisasi atau hambatan pelayanan; contoh pelatihan, koordinasi, perubahan informasi promosi, dan keterbatasan petugas tidak memastikan pengalaman lapangan. Rumusan masalah kedua belum menghasilkan kesimpulan substantif tentang hubungan pengalaman kerja, praktik SDM, dan penyampaian janji layanan. Kesimpulan mengenai penyelarasan pemasaran dan praktik SDM harus bertumpu pada kesaksian autentik karyawan yang diwawancarai. Temuan penelitian terbatas pada status transkrip dan belum menjelaskan praktik hotel secara empiris. Penelitian lanjutan dapat membedakan keselarasan layanan pada tingkat individu, tim, dan organisasi untuk menelusuri sumber ketidaksesuaian. Kerangka *Service-Profit Chain* dapat menguji kaitan dukungan internal, mutu interaksi karyawan-tamu, dan nilai layanan yang dipersepsikan. Kerangka *Ability-Motivation-Opportunity* dapat memeriksa dukungan kompetensi, motivasi, dan kesempatan bertindak bagi pemenuhan janji pemasaran. Keduanya merupakan lensa analitis, bukan pengganti bukti lapangan atau dasar

untuk mengasumsikan hasil. Bukti empiris dapat diperkuat dengan triangulasi wawancara mendalam, pengamatan interaksi pelayanan, dan dokumen operasional. Deskripsi karyawan tentang promosi fasilitas, misalnya, dapat dibandingkan dengan prosedur pelayanan dan pengalaman tamu dalam situasi yang sama. Analisis ini dapat membedakan persoalan pemahaman pesan, keterbatasan sumber daya, dan ketidaksesuaian proses kerja tanpa menyebut semuanya sebagai kegagalan individu. Pencatatan perubahan kebijakan dan promosi menurut waktu juga dapat menunjukkan apakah kesenjangan menetap atau hanya muncul dalam kondisi operasional tertentu. Penelitian berikutnya dapat mengembangkan pembelajaran organisasi yang menghubungkan pemasaran, pengelola SDM, dan karyawan garis depan. Umpan balik rutin tentang pertanyaan tamu, kendala layanan, dan perubahan penawaran dapat memperbarui pelatihan serta pedoman komunikasi internal. Mekanisme ini perlu dievaluasi berdasarkan pengalaman beragam jabatan dan giliran kerja, karena akses informasi dan kewenangan mengambil keputusan dapat berbeda. Rekomendasi pengelolaan baru layak dirumuskan setelah pola pengalaman dan konteks kerja diperoleh melalui prosedur penelitian transparan.

DAFTAR PUSTAKA

Abadi, Hossein Ali, Wallo, Andreas, Lundqvist, Daniel, Coetzer, Alan, & Redmond, Janice (2026). Human Resource Development Practices And Employee-Focused Voice: A Conceptual Model And Research Agenda. Human Resource Development Review. Https://Doi.Org/10.1177/15344843261473761

Andini, Disa (2023). Pentingnya Pelatihan Dan Pengalaman Kerja Pada Karyawan Cv.Barokah Truus Mandiri Singaraja. *Jurnal Manajemen & Bisnis Kreatif*, 9(1), 21–35. Https://Doi.Org/10.36805/Manajemen.V9i1.5611

Arikunto, Suharsimi (2019). *Prosedur Penelitian Suatu Pendekatan Praktik*. Rineka Cipta.

Ariyanto, Hepy Hefri, & Yuliana (2021). Studi Ekplorasi Peranan Kualitas Layanan, Pengalaman, Dan Kapuasan Terhadap Electronic Word-Of-Mouth (E-WOM) Pada Industri Perhotelan. *Jurnal Pemasaran Kompetitif*, 4(2), 183. Https://Doi.Org/10.32493/Jpkpk.V4i2.9468

Bukidz, Danny Philipe, & Chandrigo, Joselyn (2025). Dari Lokasi Ke Layanan: Dampak Lokasi Dan Kualitas Layanan Pada Loyalitas Tamu Di Mediasi Oleh Pengalaman Tamu. *Sosmaniora: Jurnal Ilmu Sosial Dan Humaniora*, 4(2), 180–192. Https://Doi.Org/10.55123/Sosmaniora.V4i2.4994

Cascio, W. F., & Aguinis, H. (2018). *Applied Psychology In Talent Management*. Sage Publications.

Creswell, John W. (2019). *Research Design: Pendekatan Kualitatif, Kuantitatif, Dan Mixed Methods*. Yayasan Mitra Netra.

Emzir (2016). *Metodologi Penelitian Kualitatif: Analisis Data*. Rajawali Pers.

Fauzan, Muhammad Ibni (2025). Analisis Pengalaman Pelanggan Terhadap Layanan Di Bengkel Motor F21 Sinergy. *Global Leadership Organizational Research In Management*, 3(3), 69–76. Https://Doi.Org/10.59841/Glory.V3i3.2876

Friend, Afri Ardi & Lintang (2026). Pelatihan Karyawan Baru Berdasarkan Pengalaman Kerja Langsung Di Lingkungan Usaha. *Jurnal Pengabdian Melek Literasi*, 4(01), 12–17. Https://Doi.Org/10.66340/C02wwj81

Fulmore, Julia A., Fulmore, Anthony L., Mull, Mandolen, & Cooper, Joy N. (2022). Reducing Employee Turnover Intentions In The Service Sector: The Connection Between Human Resource Development Practices And Employee Engagement. *Human Resource Development Quarterly*, 34(2), 127–153. Https://Doi.Org/10.1002/Hrdq.21471

Gronroos, C. (2015). *Service Management And Marketing: A Customer Relationship Management Approach*. Wiley.

Gusti, Triningtyas Elisabeth Putri, Gunawan, Theresia, & Gunawan, Agus (2022). Rancangan Human Resources Analytics Untuk Pelatihan Karyawan Pemasaran Penjualan Di

Restoran X. *Jurnal Administrasi Bisnis*, 18(2), 167–188. Https://Doi.Org/10.26593/Jab.V18i2.6175.167-188

Hernanda, Bella Yunivan, Prawitowati, Tjahjani, & Yulianti, Emma (2025). Dampak Pengalaman Karyawan Terhadap Intensi Turnover Melalui Keterikatan Dan Kepuasan Kerja Karyawan. *Journal Of Business & Banking*, 14(2), 252–272. Https://Doi.Org/10.14414/Jbb.V14i02.5022

Hidayat, Muhammad Muammar (2025). Eksplorasi Pengalaman Karyawan Kontrak Di Perusahaan Manufaktur Di Banjarmasin, Kalimantan Selatan. *Jurnal Sosial Teknologi*, 5(9), 3887–3892. Https://Doi.Org/10.59188/Jurnalsostech.V5i9.32441

Hu, Dishi, Oh, In-Sue, & Agolli, Anastasiia (2025). A Meta-Analysis Of Employee Hr Attributions And Their Relationships With Employee-Perceived High-Performance Work Systems And Employee Outcomes. *Human Resource Management*, 64(5), 1281–1303. Https://Doi.Org/10.1002/Hrm.22309

Islamiyaqin, Relis, & Winasis, Shinta (2026). Employee Wellbeing And Inclusive Leadership With Service Orientation Mediation On Customer Experience Quality. *Dfame Digital Financial Accounting Management Economics Journal*, 4(1), 26–37. Https://Doi.Org/10.61434/Dfame.V4i1.333

Jehanzeb, Hira (2025). Sustainable Human Resource Management, Job Crafting, And Employee Experience: A Conceptual Model. *Sohar University Journal Of Sustainable Business*, 1(1), 1–14. Https://Doi.Org/10.69983/Sujsb/0101/01

Kadarisman, Ahmad, Sagir, Juniadi, & Septiani, Emilia (2023). Pengaruh Omni-Channel Marketing Dan Pengalaman Pelanggan Terhadap Pembelian Kembali Pada (1-8). *Jurnal Riset Pemasaran*, 2(1), 1–8. Https://Doi.Org/10.29303/Jrp.V2i1.2359

Kurniawan, Wawan, & Roostika, Ratna (2021). Perspektif Nilai Pelanggan Terhadap Pengalaman Layanan Kafe. *Jurnal Sosial Sains*, 1(4), 269–275. Https://Doi.Org/10.36418/Sosains.V1i4.69

Lu, Ying, Zhang, Mingqiong Mike, Yang, Miles M., & Wang, Yue (2022). Sustainable Human Resource Management Practices, Employee Resilience, And Employee Outcomes: Toward Common Good Values. *Human Resource Management*, 62(3), 331–353. Https://Doi.Org/10.1002/Hrm.22153

Ludwikowska, Kamila (2021). Mediating Role Of Employee-Oriented Human Resource Policy In The Relationship Between Strategic Human Resource Management And Organisational Performance. *Forum Scientiae Oeconomia*, 9(2), 131–150. Https://Doi.Org/10.23762/Fso_Vol9_No2_7

Nyfoudi, Margarita, Kwon, Bora, & Wilkinson, Adrian (2024). Employee Voice In Times Of Crisis: A Conceptual Framework Exploring The Role Of Human Resource Practices And Human Resource System Strength. *Human Resource Management*, 63(4), 537–553. Https://Doi.Org/10.1002/Hrm.22214

Pham, Mai T., Phung, Hung T., & Nguyen, Ninh H. (2026). Organisational Practices, Work Stress And Employee Experience In Heavy-Industry State-Owned Enterprises: The Role Of Support And Culture. *Sa Journal Of Human Resource Management*, 24(0). Https://Doi.Org/10.4102/Sajhrm.V24i0.3694

Purba, Yessica Pauline Riani, Mirahardikusuma, Abdul Basith, Hakim, Akhdan Assad Al, Purnamasari, Linda, & Anshori, Mochammad Isa (2023). Pengalaman Karyawan: Cara Menarik Bakat, Mempertahankan Karyawan, Berkinerja Terbaik, Dan Mendorong Hasil. Jurnal Ilmu Manajemen, Ekonomi Dan Kewirausahaan, 3(3), 38–54. Https://Doi.Org/10.55606/Jimek.V3i3.2251

Purnamasari, Imas (2023). Peningkatan Kinerja Karyawan Melalui Pendidikan Dan Pengalaman Kerja Pada Perusahaan Perhotelan. *Jurnal Wacana Ekonomi*, 22(2), 151–158. Https://Doi.Org/10.52434/Jwe.V22i2.2568

Putra, Firdaus (2026). Motivasi Kerja Dan Komitmen Organisasi: Studi Kualitatif Tentang Pengalaman Karyawan. Jurnal Ilmu Sosial, Manajemen, Akuntansi Dan Bisnis, 3(1), 5–13. Https://Doi.Org/10.70508/Rne46b42

Riawan, Ade, Endaryanti, Dwi, & Anggraini, Fera Dhian (2025). Manajemen Layanan Dan Pengalaman Wisatawan Di Hotel Royal Ambarrukmo Yogyakarta. *Mabha Jurnal*, 6(2), 73–86. Https://Doi.Org/10.70018/Mb.V6i2.105

Sakti, Puti Aulia Sukma, & Fadilah, Rahmi (2025). Pengaruh Pengalaman Kerja Dan Pengembangan Karir Karyawan Terhadap Kinerja Karyawan Di Savero Hotel Depok. *Nawasena: Jurnal Ilmiah Pariwisata*, 4(1), 71–84. Https://Doi.Org/10.56910/Nawasena.V4i1.2020

Schmitt, B. H. (2010). *Customer Experience Management: A Revolutionary Approach To Connecting With Your Customers*. John Wiley & Sons.

Sholihun, & Sirodjudin, Mochamad (2026). Pengaruh Pengalaman Layanan Terhadap Reliabilitas Layanan Dan Reputasi Merek Melalui Kepercayaan Merek Pada Umkm Jasa Berbasis Magang. *Al-Iqtishod : Jurnal Ekonomi Syariah*, 8(1), 157–176. Https://Doi.Org/10.51339/Iqtis.V8i1.5060

Sri (2026). Transformasi Manajemen Pemasaran Dari Sekadar Menjual Ke Menciptakan Pengalaman Bermakna Pada Pt Amarta. Journal Of Economics, Business, Management, Accounting And Social Sciences, 4(4), 82–87. Https://Doi.Org/10.63200/Jebmass.V4i4.267

Suendro, Ginanjar (2025). Pengalaman Karyawan Dalam Menjalani Sistem Reward Dan Punishment Di Pt Marimas. *E-Logis : Jurnal Ekonomi Logistik*, 7(1), 53–67. Https://Doi.Org/10.70375/E-Logis.V7i1.127

Sugiyono (2020). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, Dan R&D*. Alfabeta.

Susanto, Bayu Fajar (2023). Eksplorasi Strategi Pemasaran Pengalaman Dalam Industri Pariwisata: Studi Kualitatif Pada Hotel Inhil Pratama Tembilahan. *Jurnal Analisis Manajemen*, 9(1), 24–31. Https://Doi.Org/10.32520/Jam.V9i1.3199

Zaman, Wahyu Khoiruz (2024). Pemasaran Jasa Religi Di Era Digital: Kepercayaan, Media Sosial, Dan Layanan Haji-Umrah Al Bayt Kudus. *Score: Jurnal Lentera Manajemen Pemasaran*, 2(02), 104–122. Https://Doi.Org/10.59422/Lmp.V2i02.1289