

# **Transformasi Hotel Cerdas: Penerapan *Artificial Intelligence* (AI) pada Kamar Hotel untuk Meningkatkan Personalisasi Pengalaman Tamu**

**Febriana Alda A<sup>1</sup>, Bambang Suharto<sup>2</sup>**

<sup>1,2</sup> Jurusan D-4 Manajemen Perhotelan, Fakultas Vokasi, Universitas Airlangga  
Kampus B Jl. Darmawangsa Dalam Selatan No.28-30, Surabaya 60286

e-mail : [febriana.alda.antikasari-2021@vokasi.uair.ac.id](mailto:febriana.alda.antikasari-2021@vokasi.uair.ac.id)

## **Abstrak**

Tujuan dari penelitian ini adalah mengeksplorasi bagaimana integrasi AI dapat memungkinkan kamar hotel untuk menjadi lebih adaptif dan responsif terhadap preferensi tamu. Melalui pemanfaatan penggunaan sistem AI untuk menganalisis data yang dihasilkan, hotel dapat mengidentifikasi pola perilaku tamu dan menghasilkan rekomendasi personal yang sesuai. Penelitian ini menggunakan metode studi literatur review untuk mengumpulkan data dan mengolah data dari berbagai sumber yang relevan dengan yang diteliti. Berbagai sumber tersebut termasuk database ilmiah, jurnal, dan buku, digunakan untuk mendapatkan wawasan tentang penerapan artificial intelligence (AI) pada kamar hotel untuk meningkatkan personalisasi tamu. Implikasi dari penelitian ini yakni memungkinkan hotel untuk memberikan pengalaman yang lebih unik dan disesuaikan secara individu bagi setiap tamu, meningkatkan kepuasan dan loyalitas pelanggan. Selain itu, penerapan AI juga berpotensi untuk meningkatkan efisiensi operasional dan memperluas kesempatan untuk inovasi layanan di masa depan. Dengan demikian, AI dalam kamar hotel merupakan langkah menuju transformasi hotel cerdas yang berfokus pada peningkatan kualitas layanan dan menciptakan pengalaman tamu yang luar biasa.

**Kata Kunci :** *Artificial Intelligence, Personalisasi Pengalaman Tamu, Hotel*

## **Abstract**

The aim of this research is to explore how AI integration can enable hotel rooms to become more adaptive and responsive to guest preferences. Through the use of AI systems to analyze the resulting data, hotels can identify guest behavior patterns and generate appropriate personalized recommendations. This research uses a literature review study method to collect data and process data from various sources relevant to what is being studied. These sources, including scientific databases, journals, and books, were used to gain insight into the application of artificial intelligence (AI) to hotel rooms to increase guest personalization. The implications of this research are that it allows hotels to provide a more unique and individually tailored experience for each guest, increasing customer satisfaction

and loyalty. Apart from that, the application of AI also has the potential to increase operational efficiency and expand innovation service opportunities in the future. Thus, AI in hotel rooms is a step towards intelligent hotel transformation that focuses on improving service quality and creating exceptional guest experiences.

**Keywords:** *Artificial Intelligence, Personalization of Guest Experience, Hotel*

## **PENDAHULUAN**

Menurut Pengumpulan Data Internasional, 60% hotel dan 70% agen perjalanan berencana menerapkan alat kecerdasan buatan (AI) di tahun-tahun mendatang, yang secara drastis mengubah lanskap hotel dan penginapan. Meskipun beberapa orang mungkin menganggap hal ini mustahil, survei Gartner mengungkapkan peningkatan yang mengejutkan sebesar 270% secara global dalam penggunaan AI, dan hal ini membenarkan adanya tren tersebut (Magora,2023). Teknologi merupakan suatu sistem yang dirancang oleh manusia dan diciptakan untuk memudahkan dan mengefisiensi suatu pekerjaan yang dilakukan. Dengan adanya teknologi ini memberikan dampak yang besar serta dapat meminimalisir kesalahan dan meminimalkan tenaga. Perkembangan teknologi sekarang ini semakin pesat karena kemajuan ilmu pengetahuan yang terus berkembang selain itu suatu Negara bisa dikatakan Negara maju apabila Negara tersebut telah menjadi penguasa teknologi maka dari itu kemajuan teknologi sangat diperlukan pada setiap Negara dan pada industri. Sudah banyak industry seperti otomotif, perhotelan, perusahaan startup dan lainnya yang sudah menerapkan teknologi seperti artificial intelligence (AI) sebagian dari inovasi perusahaan. Sedangkan pada Industri perhotelan sendiri telah banyak mengalami perubahan yang signifikan dalam beberapa dekade terakhir, terutama dengan munculnya teknologi baru yang dapat mempengaruhi cara hotel menyediakan layanan dan berinteraksi dengan tamu.

Dengan munculnya teknologi seperti Artificial Intelligence (AI) telah membuka peluang baru bagi hotel untuk meningkatkan personalisasi layanan mereka. Dengan bantuan AI dapat membantu menganalisis data tentang preferensi tamu dan membuat rekomendasi yang disesuaikan. Artificial Intelligence (AI) yang menunjukkan kecerdasan manusia dimanifestasikan oleh mesin sekarang ini sudah banyak digunakan sebagai sumber inovasi dalam industri perhotelan. AI Generatif mengacu pada kelas algoritma dan model AI yang dapat menghasilkan konten atau data baru yang tidak diprogram atau diberikan secara eksplisit sebagai masukan selama pelatihan (Dwivedi et al.,2023b). Munculnya AI generatif telah membawa perubahan transformatif, membentuk kembali lanskap industri dengan memungkinkan terciptanya pengalaman unik yang memadukan dunia virtual dan fisik (Mondal dkk.,2023). Oleh karena itu sudah banyaknya bidang yang ada menggunakan teknologi artificial intelligence (AI) digunakan untuk meningkatkan personalisasi layanan pada suatu hotel agar dapat menunjang keefisienan dan kemudahan pekerjaan.

Para pelanggan kini mengharapkan pengalaman personal yang unik dan disesuaikan saat menginap di hotel. Permintaan ini mencakup segala hal mulai dari preferensi kamar hingga pelayanan tambahan yang diinginkan. Maka Dari itu perlu adanya perbaikan layanan yang ada pada hotel dengan menggabungkan teknologi artificial intelligence (AI) dapat mencakup kebutuhan personal yang unik tersebut. Tamu yang menginap pada hotel dapat

merasakan layanan personalisasi yang diciptakan dengan nyaman. Menghadirkan pengalaman menginap yang baru untuk tamu tersebut karena mereka membayar untuk dapat menikmati layanan yang disediakan oleh hotel tersebut jika mereka membayar mahal hotel tersebut tetapi tidak mendapatkan pengalaman menginap yang unik dan nyaman tentu sia-sia. Sehingga perlu adanya pengembangan teknologi untuk menciptakan pengalaman menginap yang tidak didapatkan dari hotel lain.

Pada saat kita melihat ke masa depan, tantangannya adalah memastikan bahwa kemajuan teknologi ini melengkapi dan bukan menggantikan elemen manusia yang merupakan hal mendasar dalam perhotelan (Murphy et al.,2017). Adanya penggunaan teknologi AI dapat meningkatkan

pengalaman tamu menginap di hotel dengan kenyamanan dan personalisasi dengan menjaga kenyamanan, kehangatan serta hubungan yang menjadi ciri khas hotel Meskipun ada potensi besar untuk meningkatkan pengalaman tamu melalui penerapan AI, ada juga tantangan dalam mengimplementasikan teknologi ini secara efektif. Ini termasuk masalah keamanan data, integrasi sistem yang kompleks, dan biaya implementasi yang tinggi. Para peneliti dan pakar industri sepakat bahwa sistem otomatis yang didukung AI dapat menggantikan pekerja manusia, sehingga menyebabkan berkurangnya kesempatan kerja (Pillai dkk., 2021); sebenarnya, menurut Manyika dkk. (2017), perhotelan adalah salah satu industri teratas yang rentan terhadap perpindahan pekerjaan karena otomatisasi, karena banyak tugas di industri ini, seperti meja depan, tata graha, dan layanan makanan, sangat berulang dan dapat dengan mudah diotomatisasi. Seperti yang dirangkum oleh Wirtz dkk. (2018), penggunaan teknologi seperti robot layanan akan memberikan tantangan etika dan sosial bagi konsumen, pasar dan organisasi, serta seluruh masyarakat.

Pada bagian berikut, pertama-tama kita terfokus pada bagaimana AI dapat diterapkan dalam kamar hotel untuk meningkatkan personalisasi pengalaman tamu itu sangat penting. Lalu apakah Inovasi dalam bidang ini dapat membantu hotel mencapai keunggulan kompetitif dan memenuhi harapan pelanggan yang terus berkembang menguraikan dan mendukung ini proposisi menggunakan literatur dari berbagai disiplin ilmu. Sehingga dengan adanya penelitian ini dapat memberikan wawasan serta potensi dan manfaat penggunaan AI di industri perhotelan. Dengan temuan ini dapat memberikan implikasi bagi hotel dan praktisi industri yang mungkin mempertimbangkan penerapan AI dalam bisnis mereka.

### **Teori Personalisasi**

Personalisasi merupakan sebuah strategi yang memiliki focus untuk menyediakan layanan dengan pengalaman yang disesuaikan secara individual untuk setiap tamu hotel. Pengalaman ini melibatkan pemahaman mengenai keinginan, preferensi, kebiasaan dan kebutuhan pada setiap tamu yang menginap, serta upaya untuk memenuhi ekspektasi mereka dengan cara yang unik dan personal. Ada beberapa personalisasi tamu pada pelayanan hotel :

1. Sebelum kedatangan tamu, hotel dapat mengumpulkan informasi mengenai preferensi individu mereka. Ini bisa termasuk preferensi tempat tidur (misalnya, jenis bantal yang diinginkan), alergi makanan, kebutuhan aksesibilitas, atau preferensi fasilitas lainnya.
2. Hotel dapat membuat profil untuk setiap tamu berdasarkan informasi yang diberikan atau dikumpulkan dari catatan sebelumnya. Ini membantu dalam menyediakan layanan yang

disesuaikan, seperti memilih jenis minuman selamat datang yang sesuai dengan preferensi tamu atau menyediakan koran favorit.

3. Dengan memahami kepribadian dan gaya hidup tamu, hotel dapat menyesuaikan pengalaman secara lebih holistik. Misalnya, untuk tamu yang aktif dan suka berolahraga, hotel dapat menawarkan rute jogging terdekat atau memberikan akses ke fasilitas kebugaran yang lengkap.
4. Teknologi seperti perangkat lunak manajemen properti (PMS) dan sistem manajemen hubungan pelanggan (CRM) memainkan peran penting dalam personalisasi layanan kamar hotel. Mereka membantu dalam mengelola dan menganalisis data tamu untuk menciptakan pengalaman yang lebih personal.
5. Hotel harus mengkomunikasikan kemampuan personalisasi mereka kepada tamu. Ini bisa dilakukan melalui formulir pra-kedatangan, interaksi langsung dengan staf reservasi, atau bahkan melalui aplikasi seluler khusus hotel.
6. Setelah menginap, hotel dapat meminta umpan balik dari tamu untuk meningkatkan layanan personalisasi di masa depan. Ini membantu dalam memahami keberhasilan dan kekurangan dari upaya personalisasi yang dilakukan
7. Personalisasi membutuhkan fleksibilitas dalam layanan. Hotel harus siap untuk menyesuaikan permintaan tamu dan merespons dengan cepat untuk memastikan kepuasan tamu.

Ada beberapa aspek personalisasi yang dapat diterapkan pada kamar hotel ;

1. Dengan melakukan pengaturan kamar sesuai dengan kebutuhan tamu yakni dengan mengatur suhu ruangan, pencahayaan, music, pilihan bantal selimut dan aroma ruangan pada kamar hotel.
2. Dengan memberikan layanan yang tersedia dengan lengkap seperti memberikan rekomendasi makanan dan minuman yang mereka inginkan, memberikan layanan bangun pagi, memberikan layanan tour dan wisata, penjadwalan spa dan fasilitas lainnya, layanan laundry dan dry cleaning.
3. Dengan memberikan interaksi pelayanan yang sesuai dengan SOP hotel seperti Salam dan sapaan dengan nama tamu, Pengetahuan tentang preferensi tamu, Layanan yang proaktif dan responsive, Penggunaan teknologi untuk komunikasi yang dipersonalisasi

### **Artificial Intelligence (AI)**

AI merupakan teknologi yang sedang berkembang pada era sekarang dimana teknologi ini dibuat untuk mengefisiensi suatu pekerjaan. AI telah muncul sebagai aspek khas dari teknologi AI dengan tujuan ambisius untuk memberikan mesin kemampuan berpikir dan berperilaku seperti manusia (Deng & Lin,2022). Pengamatan bahwa AI merupakan sumber utama dari inovasi, namun semakin menggantikan pekerjaan layanan, memotivasi kami untuk mengeksplorasi lebih lengkap dan ketat cara AI akan membentuk kembali layanan. Pekerjaan yang digantikan oleh AI berarti bahwa karyawan kehilangan pekerjaan mereka dan pelanggan kehilangan kesempatan untuk mendapatkan layanan manusia (zaen a 2021). Proses yang terjadi dalam Artificial Intelligence mencakup learning, reasoning, dan self-correction. Proses ini mirip dengan manusia yang melakukan analisis sebelum memberikan keputusan. Artificial Intelligence adalah teknologi yang telah banyak diadopsi di era industri

4.0 ini. Artificial Intelligence mampu menghubungkan setiap perangkat, hingga seseorang dapat mengotomatisasi semua perangkat tanpa harus berada di lokasi. Lebih dari itu, saat ini telah banyak mesin yang dapat menginterpretasi suatu kondisi atau kejadian tertentu dengan bantuan Artificial Intelligence. Proses yang terjadi dalam Artificial Intelligence mencakup learning, reasoning, dan self-correction. Implementasi AI pada pengerjaan manusia adalah memperoleh hasil kinerja optimal dengan waktu proses yang cepat dan hasil yang maksimal.

Jenis-Jenis AI:

1. AI Konvensional yaitu AI yang didasarkan pada aturan dan pemrograman klasik. Contohnya termasuk sistem pakar dan logika proposisional.
2. Machine Learning yaitu AI yang memungkinkan mesin untuk belajar dari data tanpa perlu pemrograman eksplisit. Ini termasuk supervised learning, unsupervised learning, dan reinforcement learning.
3. Deep Learning yaitu Sub-bidang dari machine learning yang menggunakan neural networks dengan banyak lapisan (layers) untuk mempelajari representasi data yang mendalam.
4. Natural Language Processing (NLP) yaitu AI yang memungkinkan mesin untuk memahami dan menghasilkan bahasa manusia.
5. Computer Vision yaitu AI yang memungkinkan mesin untuk melihat, mengidentifikasi, dan memahami objek dalam gambar dan video.

Aplikasi AI:

1. Pengenalan Suara dan Teks pada sistem seperti asisten virtual (misalnya, Siri, Alexa) menggunakan AI untuk memahami dan merespons perintah suara atau teks.
2. Pengenalan Wajah yang digunakan dalam keamanan, deteksi emosi, dan aplikasi pengenalan biometrik lainnya.
3. Pada Mobil otonom menggunakan AI untuk mengenali penghalang, mengambil keputusan, dan mengemudi tanpa intervensi manusia.
4. Perdagangan Keuangan pada AI digunakan untuk analisis pasar, perdagangan frekuensi tinggi, dan deteksi penipuan.
5. Perawatan Kesehatan untuk Diagnostik medis, peramalan penyakit, dan pengobatan dipermudah oleh AI.
6. Manufaktur pada AI digunakan untuk otomatisasi proses produksi, peramalan permintaan, dan pemeliharaan prediktif.

## **METODE**

Penelitian dilakukan dengan metode literatur review yakni penelusuran literatur melalui artikel yang dimuat di ScienceDirect, Taylor & francis dan google scholar yang terpercaya. pada tahap awal pencarian artikel jurnal diperoleh 88.3441 jurnal dengan kata kunci Artificial Intelligence,

Personalisasi Pengalaman Tamu, Hotel, yang diidentifikasi yang belum dieksplorasi relevansi dengan artikel untuk dikompilasi. Dari jumlah tersebut hanya sekitar 30 artikel yang dianggap relevan. Dari jumlah artikel karena tidak ada 8 artikel yang memiliki kriteria penuh, 5 artikel yang berkualitas menengah, dan dua artikel yang berkualitas rendah. Data yang

diperoleh kemudian dipilah, dianalisis, dan temuannya disajikan dalam paper artikel ilmiah untuk menjawab tujuan penelitian.

## **HASIL DAN PEMBAHASAN**

Berdasarkan hasil jurnal yang dikumpulkan dan analisis penulis menunjukkan bahwa adanya teknologi artificial intelligence (AI) sangat berpengaruh pada industri perhotelan terutama penerapannya pada kamar hotel. Penerapan AI pada kamar hotel untuk meningkatkan personalisasi pengalaman tamu. AI merupakan teknologi yang dapat disatukan diharapkan mampu memberikan kenyamanan dan mampu menghasilkan pengalaman yang personalitas dan memuaskan bagi tamu. Kemampuan AI untuk mengintegrasikan beberapa teknologi di dalam kamar hotel seperti Hotel dapat menyediakan asisten virtual berbasis AI di kamar untuk membantu tamu dengan permintaan atau pertanyaan mereka, Asisten virtual dapat memberikan informasi tentang layanan hotel, rekomendasi tempat makan atau hiburan di sekitar area, atau membantu tamu dalam memesan layanan tambahan seperti spa atau layanan kamar. Lalu melalui penggunaan AI untuk menganalisis preferensi tamu, hotel dapat menyediakan hiburan yang disesuaikan di dalam kamar Misalnya, sistem dapat merekomendasikan film atau acara TV berdasarkan sejarah penonton tamu atau menawarkan playlist musik yang disesuaikan dengan preferensi musik tamu. AI juga digunakan Hotel untuk menganalisis preferensi kuliner tamu dan menyesuaikan menu kamar atau layanan makanan dan minuman yang ditawarkan, Ini dapat mencakup rekomendasi makanan atau minuman berdasarkan preferensi diet, alergi makanan, atau keinginan spesifik tamu. Dengan menggunakan teknik machine learning, hotel dapat memprediksi kebutuhan tamu dan menyediakan layanan kamar tanpa harus diminta Misalnya, hotel dapat mengirimkan air mineral tambahan atau peralatan mandi favorit tamu secara otomatis berdasarkan pola penggunaan sebelumnya atau informasi yang telah diberikan sebelumnya. Dengan bantuan AI, lebih mudah dan cepat hotel menyediakan proses check-out Misalnya, tamu dapat memeriksa tagihan mereka dan membayar secara digital melalui aplikasi hotel atau platform online lainnya, tanpa harus mengunjungi meja resepsionis. dengan menggunakan AI untuk mengumpulkan dan menganalisis umpan balik dari tamu secara real-time, Hal ini memungkinkan hotel untuk menyesuaikan pengalaman tamu secara langsung dan mengidentifikasi area yang memerlukan perbaikan atau peningkatan.

Telah terbukti dari hasil untuk menunjukkan keefisienan dalam meningkatkan kenyamanan kepada penganutnya untuk melakukan berbagai aktivitas di dalam atau di luar ruangan hotel (Nandkarni dkk., 2019), yang pada akhirnya membentuk pengalaman positif bagi tamu selama menginap. Dalam hal ini, experience yang dirasakan tamu tidak hanya dapat diciptakan oleh elemen-elemen yang dapat dikendalikan, seperti penggunaan teknologi untuk meningkatkan kualitas produk dan layanan manajemen hotel. Oleh Kim dkk. (2021) bahwa experience tamu tercipta dari nilai-nilai pengalaman tamu terkait kualitas produk atau layanan yang ditawarkan manajemen hotel. Dalam hal ini teknologi AI memiliki potensi yang besar untuk memberikan kenyamanan, kemudahan dan pengalaman unik yang dirasakan oleh tamu hotel pada seluruh experience yang didapat.

## Pembahasan

Dalam industri perhotelan, integrasi AI memainkan peran penting dalam meningkatkan interaksi tamu dan efisiensi layanan (Wong dkk.,2023). Orientasi untuk mendukung pelanggan melalui penawaran layanan berbeda menggunakan teknologi cerdas tampaknya sangat jelas. Penerapan inovasi di sektor perhotelan juga dapat menarik pelanggan dan membantu staf (walaupun tidak di setiap kasus). Pelanggan berbeda dan terkadang tidak ingin mengubah kebiasaan menginap di hotel ( Citak dkk.,2021). Otomatisasi tugas-tugas rutin melalui AI, seperti pengendalian inventaris atau pemeliharaan prediktif, juga dapat membebaskan staf untuk fokus dalam menyediakan layanan yang lebih personal. Integrasi AI ke dalam sistem penyampaian layanan dapat merevolusi cara tamu berinteraksi dengan lingkungan fisik mereka seperti pencahayaan, suhu, dan hiburan (Li dkk.,2019). Serta menurut Carvalho dan Ivanov (2023), chatbots dan petugas virtual memberikan bantuan segera, memastikan tidak ada gangguan dan hubungan yang lancar dengan tamu, misalnya dengan memberikan informasi, menerima pesanan, mengkonfirmasi reservasi (check in dan check out) dan mengelola keluhan. Dengan adanya AI membuat staf hotel mampu meningkatkan pelayanan yang berfokus pada pengalaman bertatap muka dengan tamu. dengan itu tamu merasa nyaman dan puas pada pelayanan yang didapat ketika menginap di hotel.

AI pada industri perhotelan mampu untuk menciptakan pengalaman yang di personalisasi pada kamar hotel yakni melalui analisis preferensi individu dan interaksi masa lalu dari analisis algoritma tamu menghasilkan rekomendasi -rekomendasi yang diinginkan untuk aktivitas, pilihan bersantap, atau bahkan konfigurasi ruangan, sehingga menyesuaikan setiap pengalaman dengan preferensi unik tamu (Wong dkk.,2023). Dengan adanya AI pada layanan hotel dapat menghadirkan virtual tour mengenai fasilitas kamar dan fitur-fitur yang tersedia dalam kamar hotel, dengan itu tamu dapat mengetahui apa saja fasilitas dan fitur yang dapat diakses atau digunakan agar membuat dalam personalisasi layanan kamar. Kunci dari aplikasi ini adalah analisis data yang cerdas, yang menghasilkan peningkatan signifikan dalam kepuasan dan loyalitas pelanggan (Peelen & Beltman,2013).

AI dapat memudahkan tamu dalam pelayanan room service melalui pengalaman bersantap. AI dapat membantu menganalisis menu-menu yang diinginkan oleh tamu, jika tamu sedang diet AI dapat memberikan rekomendasi makanan yang cocok untuk disantap sesuai kebutuhan serta memberikan rekomendasi makanan lokal yang banyak diminati dan masih banyak lagi pengalaman bersantap yang didapatkan tamu ke dalam tingkat penyesuaian dan inovasi baru. Selain itu dengan adanya AI dapat digunakan untuk menciptakan desain interior yang mencerminkan budaya lokal atau nuansa nyaman dalam kamar hotel, sehingga menciptakan ruangan yang sesuai dengan kepribadian atau keinginan para tamunya. AI yang dapat menawarkan akurasi layanan tingkat tinggi jika dilatih dengan benar. Misalnya, chatbot yang didukung AI dapat dengan cepat memberikan informasi akurat kepada tamu tentang fasilitas hotel, atraksi lokal, dan acara, sehingga memastikan pengalaman layanan yang lancar dan andal. Hal ini akan meningkatkan kualitas layanan dan pengalaman tamu, yang pada akhirnya berkontribusi pada kepuasan pelanggan yang lebih tinggi (Wang, P., 2024). Tetapi Gidumal, B,J dkk (2023) berpendapat bahwa teknologi, khususnya AI, akan memfasilitasi personalisasi massal, yang sebelumnya sangat mahal dan

tidak terjangkau. Namun, para peserta mencatat bahwa jenis kedalaman dan adaptasi masih kurang jelas. Ketika adaptasi tidak memerlukan infrastruktur dan pengeluaran tambahan (misalnya musik di dalam ruangan dan suhu), maka dimungkinkan untuk mencapai personalisasi dan/atau penyesuaian, Jika personalisasi memerlukan adaptasi atau infrastruktur infrastruktur yang

signifikan (misalnya mengubah warna dinding), tingkat personalisasi mungkin dangkal, memerlukan waktu lebih lama untuk diterapkan, atau memerlukan biaya tambahan. Sehingga penggunaan AI pada industri perhotelan khususnya pada kamar hotel memiliki kelebihan dan kekurangan tersendiri jadi perlu adanya persiapan dan pemikiran yang matang untuk mengimplementasikan AI pada kamar hotel.

## SIMPULAN

Teknologi AI merupakan cara baru untuk menggabungkan nuansanya nyaman dan pengalaman menginap yang unik dalam hotel sehingga dengan adanya teknologi ini menciptakan kesan mewah dan keefisienan kerja yang dihasilkan. Dengan menerapkan teknologi AI pada kamar hotel teknologi ini menciptakan pengalaman yang positif bagi tamu saat menginap. Jadi teknologi ini patut diterapkan dalam pengupgradean kamar hotel yang lebih canggih. Tetapi juga perlu dipertimbangkan kembali sesuai dengan kebutuhan hotel.

## DAFTAR PUSTAKA

- Carvalho, I., & Ivanov, S. (2023). ChatGPT for tourism: Applications, benefits and risks. *Tourism Review*. <https://doi.org/10.1108/TR-02-2023-0088>
- Citak, J., Lowoc, M., & Weichbroth, P. (2021) A note on the applications of artificial intelligence in the hospitality industry: preliminary results of a survey, 192 4552–4559. <https://doi.org/10.1016/j.procs.2021.09.233>
- Deng, J., & Lin, Y. (2022). The benefits and challenges of ChatGPT: An overview. *Frontiers in Computing and Intelligent Systems*, 2(2), 81–83. <https://doi.org/10.54097/fcis.v2i2.4465>
- Dwivedi, Y. K., Hughes, L., Wang, Y., Alalwan, A. A., Ahn, S. J., Balakrishnan, J., Barta, S., Belk, R., Buhalis, D., Dutot, V., Felix, R., Filieri, R., Flavián, C., Gustafsson, A., Hinsch, C., Hollensen, S., Jain, V., Kim, J., Krishen, A. S., ... Wirtz, J. (2022). Metaverse marketing: How the metaverse will shape the future of consumer research and practice. *Psychology & Marketing*, 40(4), 750–776. <https://doi.org/10.1002/mar.21767>
- Gidumal, B. J., Secin, E., O'Connor, P., & Buhalis, D., (2023). Artificial intelligence's impact on hospitality and tourism marketing: exploring key themes and addressing challenges. *Current Issues in Tourism*, 2-15. <https://doi.org/10.1080/13683500.2023.2229480>
- Kim, J. J., Motes, A. A., & Han, H. (2021). The role of expected benefits towards smart hotels in shaping customer behavior: Comparison by age and gender. *Sustainability*, 13(1698), 1-14.
- Li, J., Bonn, MA, & Kamu, BH (2019). Hotel employee's artificial intelligence and robotics awareness and its impact on turnover intention: The moderating roles of perceived

- organizational support and competitive psychological climate. *Manajemen Pariwisata*, 73,172–181. <https://doi.org/10.1016/j.tourman.2019.02.006>
- Magora, (2023). "AI trends in hospitality" <https://magora-ltd.medium.com/ai-trends-in-hospitality-59213aad065c> (Diakses 26 februari 2024)
- Mondal, S., Das, S., & Vrana, V. G. (2023). How to bell the cat? A theoretical review of generative artificial intelligence towards digital disruption in all walks of life. *Technologies*, 11(2), 44. <https://doi.org/10.3390/technologies11020044>
- Murphy, J., Gretzel, U., & Hofacker, C. (2017). Service robots in hospitality and tourism: investigating anthropomorphism. 15th APacCHRIE conference, 31
- Mustak, M., Salminen, J., Plé, L., & Wirtz, J. (2021). Artificial intelligence in marketing: Topic modeling, scientometric analysis, and research agenda. *Journal of Business Research*, 124, 389–404. <https://doi.org/10.1016/j.jbusres.2020.10.044>
- Nandkarni, S., Kriechbaumer, F., Rothenberger, M., & Christodoulidou, N. (2019). The path to the hotel of things: Internet of Things and big data converging in hospitality. *Journal of Hospitality and Tourism Technology*, 3, 1-15.
- Peelen, E., & Beltman, R. (2013). *Customer relationship management*. Pearson UK.
- Pillai, S. G., Haldorai, K., Seo, W. S., & Kim, W. G. (2021). Covid-19 and hospitality 5.0: Redefining hospitality operations. *International Journal of Hospitality Management*, 94, 102869. <https://doi.org/10.1016/j.ijhm.2021.102869>
- Wang, P. Q. (2024) Personalizing guest experience with generative AI in the hotel industry: there's more to it than meets a Kiwi's eye. *Current Issues in Tourism*, 1-14 <https://doi.org/10.1080/13683500.2023.2300030>
- Wang, PQ, Kim, PB, & Milne, S. (2017). Pertukaran pemimpin-anggota (LMX) dan hasil kerjanya: Peran moderator gender. *Jurnal Pemasaran & Manajemen Perhotelan*, 26(2), 125–143. <https://doi.org/10.1080/19368623.2016.1185989>
- Wirtz, J., Patterson, P. G., Kunz, W. H., Gruber, T., Lu, V. N., Paluch, S., & Martins, A. (2018). Brave new world: Service robots in the frontline. *Journal of Service Management*, 29(5), 907–931. <https://doi.org/10.1108/JOSM-04-2018-0119>