

## ***Customer Experience* sebagai Faktor Pendorong *Repeat Visit Intention* pada Industri Kreatif *Photobox*: Studi Kualitatif pada Urarchive Studio Mall Banjarmasin**

Lola Salma<sup>a\*</sup>, Anjel Leoni Putri Ramadani<sup>a</sup>

<sup>a</sup> Universitas Islam Negeri Antasari Banjarmasin, Indonesia

### INFO ARTIKEL

**Riwayat Artikel:**

Received : 02-04-2026

Revised : 02-05-2026

Accepted : 07-05-2026

**Keywords:** *Creative Industry, Customer Experience, Customer Loyalty, Photobox, Repeat Visit Intention*

**Kata Kunci:** *Customer Experience, Industri Kreatif, Loyalitas Pelanggan, Photobox, Repeat Visit Intention*

Corresponding Author:

[lolasalma44@gmail.com](mailto:lolasalma44@gmail.com)\*

DOI: <https://doi.org/10.62335>

### ABSTRACT

*This study aims to analyze the role of customer experience as a driving factor of repeat visit intention in the creative photobox industry at Urarchive Studio Mall Banjarmasin. This research employed a qualitative approach with a descriptive method through in-depth interviews with the management of Urarchive Studio. The findings indicate that customer experience plays an important role in increasing customers' intention to revisit. Customer experience is created through unique thematic concepts, high-quality facilities, responsive services, and innovations that follow current trends. In addition, enjoyable experiences also encourage customer loyalty and positive word of mouth. The study concludes that effective management of customer experience can become an important strategy in maintaining competitiveness and business sustainability in the creative photobox industry.*

### ABSTRAK

Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis peran *customer experience* sebagai faktor pendorong *repeat visit intention* pada industri kreatif *photobox* di Urarchive Studio Mall Banjarmasin. Penelitian ini menggunakan pendekatan kualitatif dengan metode deskriptif melalui wawancara mendalam dengan pihak pengelola Urarchive Studio. Hasil penelitian menunjukkan bahwa *customer experience* memiliki peran penting dalam meningkatkan minat kunjungan ulang pelanggan. Pengalaman pelanggan dibangun melalui konsep tematik yang unik, kualitas fasilitas, pelayanan yang responsif, serta inovasi yang mengikuti tren. Selain itu, pengalaman yang menyenangkan juga mendorong terciptanya loyalitas pelanggan dan *word of mouth* positif. Temuan penelitian menunjukkan bahwa pengelolaan *customer experience* yang baik mampu menjadi strategi penting dalam mempertahankan daya saing dan keberlanjutan usaha *photobox* di industri kreatif.

## PENDAHULUAN

Industri kreatif merupakan salah satu sektor yang mengalami perkembangan pesat dan memiliki kontribusi penting dalam perekonomian modern. Industri ini tidak hanya berorientasi pada produksi barang dan jasa, tetapi juga menitikberatkan pada kreativitas, inovasi, dan pengalaman yang dirasakan konsumen. Perkembangan industri kreatif di Indonesia menunjukkan tren yang positif, terutama pada sektor jasa berbasis pengalaman (*experience-based service*). Dalam perkembangannya, konsumen modern tidak hanya mencari produk atau layanan, tetapi juga pengalaman yang mampu memberikan kesan emosional dan kepuasan tersendiri. Salah satu bentuk industri kreatif yang berkembang pesat adalah usaha *photobox*. *Photobox* merupakan layanan fotografi instan yang memungkinkan pelanggan mengambil foto secara mandiri dengan dukungan teknologi dan konsep visual tertentu. Kehadiran *photobox* tidak hanya berfungsi sebagai media dokumentasi, tetapi juga sebagai bentuk hiburan yang interaktif dan menarik bagi masyarakat. Seiring berkembangnya media sosial, kebutuhan masyarakat untuk mengabadikan momen dan membagikannya secara visual turut mendorong popularitas layanan *photobox*.

Menurut (Setyaningsih et al., 2020), pengalaman pelanggan (*customer experience*) memiliki pengaruh terhadap *revisit intention* atau minat kunjungan ulang konsumen. Pengalaman yang positif mampu menciptakan kepuasan sehingga pelanggan memiliki kecenderungan untuk kembali menggunakan layanan yang sama. Dalam konteks industri kreatif, pengalaman yang unik dan berkesan menjadi faktor penting dalam membangun loyalitas. Selain itu, menurut penelitian *The Influence of Customer Experience on Repurchase Intention Through Customer Satisfaction*, pengalaman pelanggan yang baik dapat meningkatkan kepuasan sekaligus mendorong niat pembelian ulang konsumen. *Customer experience* mencakup keseluruhan pengalaman pelanggan sebelum, saat, dan setelah menggunakan layanan. Pengalaman tersebut meliputi kualitas fasilitas, suasana tempat, pelayanan, hingga interaksi emosional yang dirasakan pelanggan (Suryaman et al., 2024).

Dalam industri *photobox*, pengalaman pelanggan menjadi aspek yang sangat penting karena layanan yang ditawarkan berkaitan erat dengan hiburan, ekspresi diri, dan penciptaan kenangan. Pelanggan cenderung tertarik pada layanan yang mampu memberikan pengalaman visual yang menarik, konsep yang unik, serta pelayanan yang nyaman. Oleh karena itu, pelaku usaha *photobox* dituntut untuk terus melakukan inovasi agar mampu mempertahankan minat pelanggan di tengah persaingan industri kreatif yang semakin kompetitif. Salah satu usaha *photobox* yang berkembang di Kota Banjarmasin adalah Urarchive Studio. Usaha ini menawarkan konsep *photobox* tematik dengan

karakteristik berbeda pada setiap cabangnya. Selain menyediakan fasilitas berkualitas, Urarchive Studio juga menghadirkan inovasi tema yang mengikuti tren, seperti konsep vintage, lift, hotel, hingga tema unik lainnya. Berdasarkan hasil wawancara, konsep tersebut berhasil menarik perhatian pelanggan dari berbagai kelompok usia, mulai dari remaja hingga keluarga.

Menurut (Hafizhah & Izaak, 2026), inovasi pengalaman pelanggan yang dilakukan secara berkelanjutan dapat meningkatkan loyalitas konsumen dan memperkuat daya saing usaha. Pengalaman yang unik dan berbeda akan memberikan nilai tambah yang sulit ditiru oleh kompetitor sehingga mampu menciptakan hubungan jangka panjang dengan pelanggan. Berdasarkan uraian tersebut, penelitian ini bertujuan untuk menganalisis peran *customer experience* sebagai faktor pendorong *repeat visit intention* pada industri kreatif *photobox* di Urarchive Studio Mall Banjarmasin. Penelitian ini diharapkan dapat memberikan pemahaman mengenai pentingnya pengelolaan pengalaman pelanggan dalam meningkatkan loyalitas konsumen dan keberlanjutan usaha di industri kreatif.

## **METODE**

Penelitian ini menggunakan pendekatan kualitatif dengan metode deskriptif. Pendekatan kualitatif dipilih karena penelitian ini bertujuan untuk memahami secara mendalam mengenai peran *customer experience* dalam mendorong *repeat visit intention* pada pelanggan Urarchive Studio Mall Banjarmasin. Metode deskriptif digunakan untuk menggambarkan fenomena yang terjadi berdasarkan hasil wawancara dan observasi terhadap objek penelitian. Objek dalam penelitian ini adalah Urarchive Studio Mall Banjarmasin sebagai salah satu usaha *photobox* yang bergerak dalam industri kreatif berbasis pengalaman. Subjek penelitian terdiri dari pihak pengelola dan karyawan yang memahami operasional usaha serta interaksi pelanggan dalam menggunakan layanan *photobox*.

Teknik pengumpulan data dilakukan melalui wawancara mendalam (*in-depth interview*) dengan pihak pengelola Urarchive Studio. Wawancara dilakukan untuk memperoleh informasi mengenai konsep usaha, pengalaman pelanggan, strategi pelayanan, pola kunjungan konsumen, serta faktor-faktor yang memengaruhi minat kunjungan ulang pelanggan. Selain itu, penelitian ini juga menggunakan studi literatur dari berbagai jurnal ilmiah dan sumber akademik yang relevan dengan topik *customer experience*, loyalitas pelanggan, dan *repeat visit intention*.

Penelitian kualitatif digunakan untuk memahami fenomena sosial secara mendalam melalui data yang bersifat deskriptif serta menekankan pada pemaknaan terhadap suatu fenomena yang diteliti (Safarudin et al., 2023). Oleh karena itu, data dalam penelitian ini dianalisis menggunakan teknik analisis deskriptif kualitatif melalui tahapan reduksi data,

penyajian data, dan penarikan kesimpulan. Analisis dilakukan dengan menghubungkan hasil wawancara dengan teori serta penelitian terdahulu sehingga diperoleh pemahaman yang lebih komprehensif mengenai customer experience pada industri kreatif *photobox*.

## **ANALISIS DAN PEMBAHASAN**

### **a) *Customer Experience* pada Industri *Photobox***

Berdasarkan hasil wawancara dengan pihak pengelola, *customer experience* pada Urarchive Studio Mall Banjarmasin dibangun melalui konsep visual yang tematik dan berbeda pada setiap cabang. Setiap cabang memiliki identitas warna serta tema yang berbeda, seperti tema merah pada cabang Banjarmasin, pink pada cabang Banjarbaru, dan hijau pada cabang Samarinda. Perbedaan konsep tersebut bertujuan untuk menciptakan pengalaman visual yang unik sehingga pelanggan memperoleh pengalaman yang berbeda pada setiap cabang yang dikunjungi.

Menurut penelitian (Diwayanti et al., 2025), pengalaman pelanggan yang dirancang secara menyeluruh mampu meningkatkan kepuasan dan loyalitas pelanggan. Dalam konteks Urarchive Studio, pengalaman tersebut tidak hanya dibangun melalui ruang utama *photobox*, tetapi juga melalui area tambahan yang dapat digunakan pelanggan sebagai spot foto. Kehadiran area pendukung tersebut memberikan nilai tambah bagi pelanggan karena mereka tidak hanya memperoleh hasil foto, tetapi juga pengalaman hiburan yang lebih interaktif.

Selain konsep visual, kualitas fasilitas menjadi bagian penting dalam membentuk *customer experience*. Berdasarkan hasil wawancara, pihak pengelola menekankan penggunaan kamera berkualitas tinggi, pencahayaan yang optimal, serta mesin cetak yang mampu menghasilkan foto dengan kualitas baik. Pengelola menyadari bahwa kualitas hasil foto menjadi faktor utama yang memengaruhi kepuasan pelanggan. Oleh karena itu, perawatan fasilitas dilakukan secara rutin agar kualitas layanan tetap terjaga.

Kualitas pengalaman pelanggan yang didukung oleh fasilitas dan inovasi layanan dapat meningkatkan loyalitas konsumen terhadap suatu merek. Dalam industri *photobox*, kualitas visual menjadi aspek penting karena pelanggan tidak hanya mencari hiburan, tetapi juga hasil foto yang layak disimpan dan dibagikan di media sosial. Dengan demikian, kualitas fasilitas memiliki pengaruh langsung terhadap persepsi pelanggan terhadap layanan yang diberikan (Hafizhah & Izaak, 2026). Selain kualitas fasilitas, inovasi konsep juga menjadi strategi utama Urarchive Studio dalam mempertahankan minat pelanggan. Berdasarkan hasil wawancara, pengelola secara konsisten menghadirkan tema-tema baru yang mengikuti tren, seperti tema Ghibli, *escape room*, lift, hotel, ATM, vintage, hingga akuarium. Tema-tema tersebut dirancang agar pelanggan memperoleh pengalaman yang berbeda dan tidak merasa bosan ketika kembali berkunjung. Strategi inovasi ini menunjukkan bahwa industri kreatif sangat bergantung

pada kemampuan pelaku usaha dalam membaca tren pasar dan preferensi konsumen.

Menurut (Nazarudin & Nino, 2025), pengalaman pelanggan yang unik dan berbeda mampu meningkatkan *revisit intention* konsumen. Pengalaman yang berkesan akan menciptakan kepuasan emosional sehingga pelanggan memiliki kecenderungan untuk kembali menggunakan layanan yang sama. Dalam konteks Urarchive Studio, pembaruan tema secara berkala berhasil menciptakan rasa penasaran pelanggan untuk mencoba pengalaman baru yang ditawarkan. Pelayanan karyawan juga menjadi elemen penting dalam membentuk *customer experience*. Berdasarkan hasil wawancara, karyawan tidak hanya bertugas melayani transaksi, tetapi juga membantu pelanggan yang belum memahami penggunaan *photobox*. Bantuan tersebut meliputi cara pengoperasian alat, pengaturan pose, hingga membantu pelanggan memilih hasil foto yang akan dicetak. Pelayanan yang ramah dan responsif menciptakan rasa nyaman bagi pelanggan selama menggunakan layanan.

Interaksi pelayanan yang positif dapat meningkatkan kepuasan serta loyalitas pelanggan. Ketika pelanggan merasa dilayani dengan baik dan dihargai, maka akan terbentuk hubungan emosional yang lebih kuat dengan penyedia layanan (Annisa et al., 2023a). Hal tersebut juga terlihat pada Urarchive Studio, di mana pelanggan merasa lebih nyaman untuk kembali berkunjung karena kualitas pelayanan yang diberikan. Selain pelayanan, keterbukaan terhadap kritik dan saran pelanggan juga menjadi bagian dari pengelolaan *customer experience*. Berdasarkan hasil wawancara, pengelola melakukan evaluasi terhadap cara komunikasi dan pelayanan setelah menerima keluhan pelanggan. Misalnya, ketika terjadi kesalahan dalam pencetakan foto, pihak pengelola tidak hanya memperbaiki hasil cetakan, tetapi juga memberikan tambahan hasil foto sebagai bentuk tanggung jawab terhadap pelanggan.

Evaluasi layanan secara berkelanjutan mampu meningkatkan kepercayaan pelanggan serta memperkuat loyalitas konsumen. Perbaikan layanan yang dilakukan secara konsisten dapat membantu perusahaan memahami kebutuhan dan harapan pelanggan dengan lebih baik sehingga kualitas pelayanan yang diberikan menjadi semakin optimal (Annisa et al., 2023b). Dalam konteks Urarchive Studio, keterbukaan terhadap kritik dan saran pelanggan menjadi salah satu bentuk evaluasi yang dilakukan untuk meningkatkan kualitas pelayanan. Respons yang cepat terhadap keluhan pelanggan menunjukkan adanya komitmen dalam menjaga kepuasan konsumen. Dengan demikian, keterbukaan terhadap kritik menjadi strategi penting dalam mempertahankan hubungan jangka panjang dengan pelanggan sekaligus meningkatkan loyalitas terhadap layanan yang diberikan.

#### **b) Repeat Visit Intention pada Pengunjung**

Berdasarkan hasil wawancara, minat kunjungan ulang pelanggan pada Urarchive Studio dipengaruhi oleh pengalaman positif yang dirasakan selama menggunakan

layanan *photobox*. Pelanggan yang merasa puas terhadap kualitas foto, suasana tempat, dan pelayanan cenderung kembali menggunakan layanan tersebut. Bahkan, terdapat pelanggan yang secara konsisten memilih Urarchive Studio dibandingkan kompetitor lainnya karena merasa pengalaman yang diperoleh lebih memuaskan.

*Customer experience* memiliki pengaruh signifikan terhadap *revisit intention* pelanggan. Pengalaman yang positif mampu menciptakan kepuasan sehingga pelanggan memiliki kecenderungan untuk kembali menggunakan layanan yang sama. Pengalaman yang menyenangkan juga dapat membangun hubungan emosional antara pelanggan dan penyedia layanan sehingga meningkatkan loyalitas konsumen dalam jangka panjang (Setyaningsih et al., 2020). Dalam konteks Urarchive Studio, pengalaman visual yang unik, suasana yang nyaman, serta kualitas pelayanan yang baik menjadi faktor utama yang mendorong pelanggan untuk melakukan kunjungan ulang dan kembali menggunakan layanan *photobox* yang tersedia.

Selain kualitas layanan, strategi pemasaran yang dilakukan juga berpengaruh terhadap *repeat visit intention*. Berdasarkan hasil wawancara, Urarchive Studio memberikan hadiah kecil seperti gantungan kunci yang dapat diisi hasil foto pelanggan. Strategi tersebut terbukti efektif dalam menciptakan kesan positif dan meningkatkan kepuasan pelanggan. Hadiah sederhana tersebut tidak hanya berfungsi sebagai bonus layanan, tetapi juga menjadi bentuk pengalaman tambahan yang memperkuat hubungan emosional pelanggan dengan *brand*. Menurut (Intani & Rojuaniah, 2024) pengalaman pelanggan yang melebihi ekspektasi dapat membentuk *perceived value* yang positif terhadap layanan. Ketika pelanggan merasa memperoleh nilai lebih dari layanan yang digunakan, maka kepuasan pelanggan akan meningkat dan mendorong terjadinya pembelian ulang dalam jangka panjang. Hal ini menunjukkan bahwa pengalaman kecil yang bersifat personal dapat memberikan pengaruh besar terhadap loyalitas pelanggan.

Selain itu, pengalaman pelanggan yang positif juga memicu terjadinya *word of mouth*. Berdasarkan hasil wawancara, banyak pelanggan yang membagikan hasil foto mereka melalui media sosial seperti Instagram dan TikTok. Aktivitas tersebut secara tidak langsung menjadi bentuk promosi bagi Urarchive Studio karena mampu menarik perhatian calon pelanggan lain. Menurut (Liedapraja & Tj, 2025), pelanggan yang merasa puas terhadap layanan cenderung merekomendasikan pengalaman mereka kepada orang lain. Dalam era digital, rekomendasi melalui media sosial memiliki pengaruh yang kuat terhadap keputusan konsumen dalam memilih suatu layanan. Oleh karena itu, pengalaman pelanggan yang positif tidak hanya berdampak pada loyalitas individu, tetapi juga berpengaruh terhadap peningkatan jumlah pelanggan baru.

### **c) Perilaku Konsumen dan Pola Kunjungan Pelanggan**

Berdasarkan hasil wawancara, perilaku konsumen pada Urarchive Studio menunjukkan adanya perbedaan jumlah kunjungan antara hari kerja (*weekdays*) dan akhir

pekan (*weekend*). Pada hari kerja, jumlah pengunjung berkisar antara 100 hingga 150 orang per hari, sedangkan pada akhir pekan jumlah pengunjung dapat meningkat hingga lebih dari 200 orang per hari. Perbedaan tersebut menunjukkan bahwa waktu luang menjadi salah satu faktor utama yang memengaruhi keputusan konsumen dalam mengunjungi layanan *photobox*. Pada hari kerja, sebagian besar masyarakat disibukkan dengan aktivitas pendidikan maupun pekerjaan sehingga waktu untuk melakukan aktivitas hiburan menjadi lebih terbatas. Sebaliknya, pada akhir pekan masyarakat memiliki waktu luang yang lebih banyak untuk melakukan rekreasi bersama teman, pasangan, maupun keluarga. Kondisi tersebut menjadikan layanan *photobox* sebagai salah satu pilihan hiburan yang diminati masyarakat, khususnya generasi muda.

Kenyamanan layanan dan kemudahan akses memiliki pengaruh terhadap *revisit intention* pelanggan. Konsumen cenderung memilih layanan yang mudah digunakan, nyaman, serta mampu memberikan pengalaman yang menyenangkan selama proses penggunaan layanan berlangsung. Kemudahan akses juga menjadi faktor penting karena pelanggan lebih tertarik mengunjungi tempat yang mudah dijangkau dan memiliki lokasi strategis (Yunanza & Isa, 2025). Dalam konteks Urarchive Studio, lokasi usaha yang berada di pusat perbelanjaan memberikan kemudahan bagi pelanggan untuk mengakses layanan *photobox*. Selain itu, suasana tempat yang nyaman dan proses penggunaan layanan yang praktis turut meningkatkan minat pelanggan untuk kembali berkunjung.

Selain dipengaruhi oleh hari kunjungan, perilaku konsumen juga dipengaruhi oleh waktu dalam satu hari. Berdasarkan hasil wawancara, puncak kunjungan umumnya terjadi pada sore hingga malam hari, khususnya setelah pukul 17.00 hingga 20.00. Hal tersebut menunjukkan bahwa layanan *photobox* sering dijadikan sebagai aktivitas hiburan setelah pelanggan menyelesaikan kegiatan utama seperti sekolah, kuliah, atau bekerja. Pada waktu tersebut, pusat perbelanjaan cenderung lebih ramai sehingga jumlah pelanggan yang datang juga mengalami peningkatan.

Pada periode tertentu seperti bulan Ramadan, pola kunjungan pelanggan mengalami perubahan yang cukup signifikan. Berdasarkan hasil wawancara, jumlah pengunjung cenderung meningkat setelah waktu berbuka puasa hingga malam hari. Kondisi tersebut menunjukkan bahwa faktor sosial dan budaya juga memengaruhi perilaku konsumen dalam menggunakan layanan *photobox*. Setelah berbuka puasa, masyarakat cenderung menghabiskan waktu bersama teman atau keluarga di pusat perbelanjaan dan menjadikan *photobox* sebagai salah satu bentuk hiburan. Selain faktor waktu, karakteristik pelanggan juga menunjukkan keberagaman yang cukup luas. Berdasarkan hasil wawancara, meskipun generasi muda menjadi target utama, pelanggan Urarchive Studio tidak hanya berasal dari kelompok remaja. Pengunjung yang datang terdiri dari pasangan muda, orang dewasa, hingga keluarga yang ingin mengabadikan momen bersama. Hal ini menunjukkan bahwa layanan *photobox* telah berkembang

menjadi hiburan yang bersifat inklusif dan dapat dinikmati oleh berbagai kelompok usia.

Inovasi pengalaman pelanggan yang dilakukan secara berkelanjutan dapat membantu memperluas segmentasi pasar suatu usaha. Pembaruan konsep dan tema yang menarik mampu menciptakan pengalaman baru bagi pelanggan sehingga dapat menjangkau konsumen dari berbagai latar belakang dan preferensi yang berbeda (Hafizhah & Izaak, 2026). Dalam konteks Urarchive Studio, keberagaman konsep dan tema yang ditawarkan berhasil menarik perhatian pelanggan dari berbagai kelompok usia. Tema modern dan estetik cenderung diminati oleh generasi muda karena sesuai dengan tren media sosial, sedangkan konsep vintage dan elegan lebih menarik bagi pelanggan dewasa maupun keluarga yang ingin mengabadikan momen bersama. Variasi konsep tersebut menunjukkan bahwa inovasi menjadi faktor penting dalam mempertahankan daya tarik layanan *photobox* di tengah persaingan industri kreatif.

Variasi tema yang ditawarkan menjadi salah satu strategi utama dalam menarik minat pelanggan baru sekaligus mempertahankan pelanggan lama. Berdasarkan hasil wawancara, pelanggan sering merasa penasaran dengan tema-tema baru yang dihadirkan oleh Urarchive Studio. Rasa penasaran tersebut mendorong pelanggan untuk kembali berkunjung guna mencoba pengalaman yang berbeda dari sebelumnya. Dengan demikian, inovasi tema tidak hanya berfungsi sebagai strategi pemasaran, tetapi juga sebagai bagian dari pembentukan *customer experience*.

Selain itu, media sosial juga memiliki pengaruh besar terhadap pola kunjungan pelanggan. Banyak pelanggan yang mengetahui Urarchive Studio melalui unggahan media sosial seperti TikTok dan Instagram. Hasil foto yang menarik serta konsep visual yang estetik membuat pelanggan terdorong untuk membagikan pengalaman mereka di media sosial. Aktivitas tersebut secara tidak langsung menjadi bentuk promosi digital yang mampu meningkatkan popularitas Urarchive Studio di kalangan masyarakat. Menurut (Liedapraja & Tj, 2025), *word of mouth* melalui media sosial memiliki pengaruh kuat terhadap keputusan konsumen dalam memilih suatu layanan. Konsumen cenderung lebih percaya terhadap rekomendasi dari pengguna lain dibandingkan promosi biasa. Oleh karena itu, pengalaman pelanggan yang positif dapat menjadi strategi promosi yang efektif dalam meningkatkan jumlah kunjungan pelanggan.

Secara keseluruhan, perilaku konsumen dan pola kunjungan pelanggan pada Urarchive Studio dipengaruhi oleh berbagai faktor, seperti waktu luang, tren media sosial, kenyamanan layanan, serta inovasi konsep yang ditawarkan. Pemahaman terhadap perilaku konsumen tersebut menjadi penting bagi pengelola usaha dalam menyusun strategi pemasaran dan pengembangan layanan agar tetap relevan dengan kebutuhan pelanggan.

#### **d) Peran Industri Kreatif dan Tantangan Usaha**

Dalam konteks industri kreatif, Urarchive Studio menunjukkan peran yang cukup signifikan dalam menghadirkan inovasi berbasis pengalaman pada sektor jasa hiburan. Industri kreatif tidak hanya berorientasi pada produk yang dihasilkan, tetapi juga pada nilai pengalaman yang dirasakan pelanggan. Dalam hal ini, layanan *photobox* tidak lagi sekadar sarana dokumentasi foto, tetapi telah berkembang menjadi media hiburan, ekspresi diri, serta bagian dari gaya hidup masyarakat modern. Perkembangan tersebut menunjukkan bahwa industri kreatif memiliki kemampuan untuk mengubah aktivitas sederhana menjadi pengalaman yang memiliki nilai emosional dan sosial bagi konsumen.

Pengalaman pelanggan yang inovatif mampu meningkatkan daya saing usaha dan memperkuat loyalitas konsumen. Pengalaman yang unik akan memberikan nilai tambah yang sulit ditiru oleh kompetitor sehingga menciptakan hubungan jangka panjang dengan pelanggan (Hafizhah & Izaak, 2026). Dalam konteks Urarchive Studio, inovasi konsep yang terus diperbarui menjadi faktor penting dalam mempertahankan eksistensi usaha di tengah persaingan industri *photobox* yang semakin berkembang.

Berdasarkan hasil wawancara, Urarchive Studio secara konsisten menghadirkan tema-tema baru yang mengikuti tren, seperti konsep lift, hotel, akuarium, vintage, dan *escape room*. Inovasi tersebut dilakukan agar pelanggan tidak merasa bosan terhadap konsep yang sama. Selain itu, pembaruan tema juga menjadi strategi untuk menarik perhatian pelanggan baru melalui media sosial. Hal ini menunjukkan bahwa kreativitas dan kemampuan membaca tren menjadi aspek penting dalam industri kreatif berbasis pengalaman. Konsumen modern cenderung tertarik pada layanan yang mampu memberikan pengalaman visual yang estetik dan sesuai dengan tren yang sedang berkembang di media sosial. Selain inovasi konsep, keberhasilan usaha kreatif juga dipengaruhi oleh kemampuan pelaku usaha dalam memahami kebutuhan pelanggan. Pengalaman pelanggan yang dirancang secara menarik dapat meningkatkan kepuasan sekaligus membangun hubungan emosional antara pelanggan dan penyedia layanan. Kondisi tersebut menunjukkan bahwa dalam industri kreatif, aspek emosional memiliki peran penting dalam membentuk loyalitas pelanggan.

Namun demikian, perkembangan industri kreatif juga menghadirkan berbagai tantangan bagi pelaku usaha. Salah satu tantangan utama adalah tingginya ekspektasi pelanggan terhadap inovasi yang berkelanjutan. Konsumen modern cenderung cepat merasa bosan terhadap konsep yang monoton sehingga pelaku usaha dituntut untuk terus menghadirkan ide-ide baru dalam waktu yang relatif singkat. Kondisi tersebut membutuhkan kreativitas tinggi serta kemampuan adaptasi terhadap perubahan tren pasar.

Selain tantangan inovasi, aspek operasional juga menjadi tantangan penting dalam usaha *photobox*. Berdasarkan hasil wawancara, pengelola harus memastikan bahwa kamera, pencahayaan, dan mesin cetak selalu dalam kondisi baik agar kualitas hasil foto

tetap terjaga. Proses pemeliharaan fasilitas tersebut membutuhkan biaya yang tidak sedikit serta memerlukan tenaga kerja yang memiliki keterampilan teknis. Dengan demikian, keberhasilan usaha tidak hanya bergantung pada kreativitas, tetapi juga pada kemampuan pengelolaan operasional yang efektif.

Kualitas layanan yang konsisten menjadi faktor penting dalam mempertahankan kepuasan pelanggan. Ketika kualitas layanan mengalami penurunan, loyalitas pelanggan juga dapat menurun karena konsumen memiliki banyak alternatif layanan lain (Silalahi et al., 2024). Oleh karena itu, pemeliharaan kualitas fasilitas menjadi bagian penting dalam menjaga keberlanjutan usaha. Selain itu, pelayanan yang baik juga menjadi salah satu faktor yang menentukan persepsi pelanggan terhadap kualitas usaha secara keseluruhan.

Tantangan lain yang dihadapi adalah fluktuasi jumlah pengunjung yang berdampak pada kestabilan pendapatan usaha. Berdasarkan hasil wawancara, jumlah pelanggan pada hari kerja dan akhir pekan memiliki perbedaan yang cukup signifikan. Selain itu, terdapat perubahan pola kunjungan pada periode tertentu seperti bulan Ramadan atau musim liburan. Kondisi tersebut menuntut pengelola untuk memiliki strategi pengelolaan yang fleksibel, baik dalam penjadwalan tenaga kerja maupun pengelolaan biaya operasional.

Meskipun menghadapi berbagai tantangan, Urarchive Studio menunjukkan perkembangan usaha yang cukup positif. Berdasarkan hasil wawancara, inovasi konsep yang dilakukan secara konsisten mampu meningkatkan jumlah pelanggan dan omzet usaha. Tema-tema baru yang dihadirkan berhasil menarik perhatian pelanggan baru sekaligus mendorong pelanggan lama untuk kembali mencoba pengalaman yang berbeda. Hal tersebut menunjukkan bahwa inovasi berbasis *customer experience* dapat menjadi strategi efektif dalam meningkatkan pertumbuhan usaha.

Menurut (Citra & Sunaryanto, 2026), *customer experience* yang baik dapat meningkatkan loyalitas pelanggan dan memberikan dampak positif terhadap keberlanjutan bisnis. Pengalaman pelanggan yang memuaskan akan menciptakan hubungan emosional yang lebih kuat sehingga konsumen memiliki kecenderungan untuk terus menggunakan layanan yang sama. Dalam konteks Urarchive Studio, strategi berbasis pengalaman terbukti menjadi faktor penting dalam mempertahankan daya saing usaha di industri kreatif. Selain meningkatkan loyalitas pelanggan, strategi tersebut juga membantu usaha dalam membangun citra positif di tengah persaingan industri hiburan yang semakin kompetitif.

## **SIMPULAN, KETERBATASAN DAN SARAN**

Berdasarkan hasil penelitian, dapat disimpulkan bahwa *customer experience* memiliki peran yang sangat penting dalam mendorong *repeat visit intention* pelanggan pada industri kreatif *photobox* di Urarchive Studio Mall Banjarmasin. Pengalaman

pelanggan dibangun melalui berbagai aspek, mulai dari konsep visual yang tematik, kualitas fasilitas, pelayanan yang responsif, hingga inovasi tema yang terus mengikuti perkembangan tren. Pengalaman yang positif tersebut mampu menciptakan kepuasan emosional bagi pelanggan sehingga meningkatkan kecenderungan untuk kembali menggunakan layanan yang sama.

Hasil penelitian juga menunjukkan bahwa inovasi menjadi faktor utama dalam mempertahankan daya tarik usaha *photobox* di tengah persaingan industri kreatif yang semakin kompetitif. Pembaruan tema secara berkala mampu menciptakan rasa penasaran dan pengalaman baru bagi pelanggan sehingga mendorong terjadinya kunjungan ulang. Selain itu, kualitas pelayanan yang baik serta keterbukaan terhadap kritik dan saran pelanggan turut memperkuat hubungan emosional antara pelanggan dan penyedia layanan.

Selain berpengaruh terhadap loyalitas pelanggan, *customer experience* yang positif juga memberikan dampak terhadap promosi usaha melalui *word of mouth* dan media sosial. Pelanggan yang merasa puas cenderung membagikan pengalaman mereka kepada orang lain, baik secara langsung maupun melalui platform digital seperti Instagram dan TikTok. Kondisi tersebut secara tidak langsung membantu meningkatkan popularitas dan daya saing Urarchive Studio di kalangan masyarakat.

Di sisi lain, penelitian ini juga menunjukkan bahwa industri kreatif berbasis pengalaman memiliki berbagai tantangan, seperti tingginya ekspektasi pelanggan terhadap inovasi, kebutuhan pemeliharaan fasilitas yang optimal, serta fluktuasi jumlah pengunjung pada waktu tertentu. Oleh karena itu, pelaku usaha perlu memiliki kemampuan adaptasi yang baik terhadap perubahan tren dan kebutuhan konsumen agar mampu mempertahankan keberlanjutan usaha.

Dengan demikian, dapat disimpulkan bahwa pengelolaan *customer experience* yang inovatif, konsisten, dan berorientasi pada kepuasan pelanggan menjadi strategi penting dalam meningkatkan *repeat visit intention* serta mempertahankan keberlangsungan usaha *photobox* di industri kreatif. Penelitian ini diharapkan dapat menjadi referensi bagi pelaku usaha kreatif dalam mengembangkan strategi pelayanan berbasis pengalaman pelanggan guna meningkatkan loyalitas konsumen dan daya saing bisnis.

## DAFTAR PUSTAKA

- Annisa, F. F., Alfansi, L., Wiardi, A. H., Daulay, M. I., & Widiyanti, A. (2023a). The Effect of Customer Experience on Customer Satisfaction and Loyalty of Generation Z at Coffee Shops in Bengkulu City. *Frontiers in Business and Economics*, 2(3), 154–163. <https://doi.org/10.56225/finbe.v2i3.293>
- Annisa, F. F., Alfansi, L., Wiardi, A. H., Daulay, M. I., & Widiyanti, A. (2023b). The

- Effect of Customer Experience on Customer Satisfaction and Loyalty of Generation Z at Coffee Shops in Bengkulu City. *Frontiers in Business and Economics*, 2(3), 154–163. <https://doi.org/10.56225/finbe.v2i3.293>
- Citra, Y., & Sunaryanto, K. (2026). Pengaruh Customer Experience, Service Quality, dan Perceived Value Terhadap Customer Loyalty Dimediasi Oleh Customer Satisfaction. *Jurnal Ekonomi, Manajemen Pariwisata Dan Perhotelan*, 5(1), 257–276. <https://doi.org/10.55606/jempper.v5i1.5863>
- Diwayanti, N. V., Widayat, W., & Robbie, I. (2025). Assessing the role of service quality, customer experience and perceived value as mediator on customer loyalty: Evidence in Indonesian pharmacies. *International Journal of Pharmaceutical and Healthcare Marketing*, 20(1), 45–63. <https://doi.org/10.1108/IJPHM-01-2025-0002>
- Hafizhah, I. N., & Izaak, W. C. (2026). The Influence of Customer Experience and Brand Image on Repurchase Intention of Fore Coffee Consumers in Surabaya. *Indonesian Interdisciplinary Journal of Sharia Economics (IJSE)*, 9(1), 8433–8441. <https://doi.org/10.31538/ijse.v9i1.8959>
- Intani, V., & Rojuaniah, R. (2024). The effect of customer expectations and experience on satisfaction and repurchase intention on hijab products. *Journal of Management Science (JMAS)*, 7(1), 487–495.
- Liedapraja, M. S., & Tj, H. W. (2025). The Influence of Patient Satisfaction and Trust on Revisit Intention Mediated by Word-of-Mouth Intention at Mom & Baby Clinic, Mangga Besar Branch. *Indonesian Interdisciplinary Journal of Sharia Economics (IJSE)*, 8(1), 9000–9011. <https://doi.org/10.31538/ijse.v8i3.7029>
- Nazarudin, H., & Nino, I. (2025). Analysis of Customer Experience on Revisit Intention. *PUBLIC POLICY (Jurnal Aplikasi Kebijakan Publik & Bisnis)*, 5, 1178–1193. <https://doi.org/10.51135/PublicPolicy.v5.i2.p1196-1211>
- Safarudin, R., Zulfamanna, Z., Kustati, M., & Sepriyanti, N. (2023). Penelitian Kualitatif. *Innovative: Journal Of Social Science Research*, 3(2), 9680–9694.
- Setyaningsih, N. W., Suardana, I., & Leli Kusuma Dewi, L. (2020). PENGARUH CUSTOMER EXPERIENCE TERHADAP REVISIT INTENTION PADA PAKET WISATA SEPEDA DI DESA PENGLIPURAN. *Jurnal IPTA*, 8, 119. <https://doi.org/10.24843/IPTA.2020.v08.i01.p15>
- Silalahi, H., Sitopu, J. W., & Sihite, M. (2024). The Effect of Service Quality, Customer Experience, and Customer Satisfaction on Customer Loyalty in the Service Industry in Indonesia. *Sciences Du Nord Economics and Business*, 1(02), 109–117. <https://doi.org/10.58812/sneb.v1i2.37>

- Suryaman, Y., Sifa, N., Nugraha, S., & Fauziah, A. N. (2024). The Influence of Customer Experience on Repurchase Intention Through Customer Satisfaction. *Business Innovation and Entrepreneurship Journal*, 6(1), 19–29. <https://doi.org/10.35899/biej.v6i1.1164>
- Yunanza, D. D., & Isa, M. (2025). The Impact of Service Quality and Promotion on Revisit Intention of Museum Tourism with Customer Satisfaction and Destination Image as Mediating Variables. *Indonesian Interdisciplinary Journal of Sharia Economics (IJSE)*, 8(1), 2110–2129. <https://doi.org/10.31538/ijse.v8i1.6249>