

**Faktor-Faktor yang Mempengaruhi Wisatawan
Dalam Memilih Hotel *Budget* di Kota Bandung**
*Factors Influencing Tourist in Choosing Budget
Hotes In Bandung City*

PROYEK AKHIR

**Nama NANDINA RESTU FEBRIANA
NIM 6707204054**



**PROGRAM STUDI D3 PERHOTELAN
FAKULTAS ILMU TERAPAN
UNIVERSITAS TELKOM
BANDUNG, 2023**

Saya persembahkan kepada :

**Mama, papa, kakak, Om, dan teman teman tercinta yang selalu
mendoakan dan memberikan semangat tiada henti.**

LEMBAR PENGESAHAN PROYEK AKHIR

**FAKTOR-FAKTOR WISATAWAN DALAM MEMILIH HOTEL *BUDGET* DI
KOTA BANDUNG**

Penulis

Nandina Restu Febriana

6707204054



Pembimbing I

Dr. Ersy Ervina.,S.SOS.,MM.PAR

NIP 15800016



Pembimbing II

Ratna Gema Maulida.,S.S.T.PAR.,MM.PAR

NIP 17820087

Ketua Program Studi

Dendi Gusnadi.,S.PAR.,MM.PAR

NIP 18880124



Tanggal Pengesahan : Bandung, 28 Juli 2023

PERNYATAAN

Dengan ini saya menyatakan bahwa:

1. Proyek Akhir ini adalah asli dan belum pernah diajukan untuk mendapatkan gelar akademik (Ahli Madya, Sarjana, Magister dan Doktor), baik di Fakultas Ilmu Terapan Universitas Telkom maupun di perguruan tinggi lainnya;
2. Karya tulis ini murni gagasan, rumusan, dan penelitian saya sendiri, tanpa bantuan pihak lain, kecuali arahan tim pembimbing atau tim promotor atau penguji;
3. Dalam karya tulis ini tidak terdapat cuplikan karya atau pendapat yang telah ditulis atau dipublikasikan orang lain, kecuali secara tertulis dengan jelas dicantumkan sebagai acuan dalam naskah dengan menyebutkan nama pengarang dan dicantumkan dalam daftar pustaka;
4. Saya mengizinkan karya tulis ini dipublikasikan oleh Fakultas Ilmu Terapan Universitas Telkom, dengan tetap mencantumkan saya sebagai penulis; dan

Pernyataan ini saya buat dengan sesungguhnya dan apabila pada kemudian hari terdapat penyimpangan dan ketidakbenaran dalam pernyataan ini maka saya bersedia menerima sanksi akademik berupa pencabutan gelar yang telah diperoleh karena karya tulis ini, serta sanksi lainnya sesuai norma yang berlaku di Fakultas Ilmu Terapan Universitas Telkom.

Bandung, 28 Juli 2023

Pembuat pernyataan,

Nandina Restu Febriana

KATA PENGANTAR

Puji syukur kehadiran Allah SWT yang telah memberikan rahmat dan karuniaNya sehingga penulis dapat menyelesaikan proyek akhir yang berjudul:

“Faktor-faktor Yang Mempengaruhi Wisatawan Dalam Memilih Hotel Budget di Kota Bandung” dapat terselesaikan tepat waktu. Penyusunan proyek akhir ini merupakan syarat dalam menyelesaikan program Diploma III di Telkom University.

Dalam proses penyusunan proyek akhir ini, tidak sedikit halangan yang ditemui. Penulis senantiasa mengucapkan terimakasih kepada semua pihak yang telah membimbing, memotivasi, dan mendukung proyek akhir ini. Penulis menyadari bahwa tanpa bimbingan dan dukungan dari semua pihak proyek akhir ini tidak mungkin dapat terselesaikan dengan baik, maka dalam kesempatan ini penulis ingin menyampaikan rasa terimakasih kepada:

1. Bapak Dendi Gusnadi.,S.Par.,MM.Par selaku dosen sekaligus ketua program studi Diploma III Perhotelan Telkom University.
2. Bapak Edwin Baharta.,S.Sos.,MM.Par selaku dosen wali D3 Perhotelan Fakultas Ilmu Terapan Telkom University.
3. Ibu Dr.Ersy Ervina.,S.SOS.,MM.PAR selaku dosen pembimbing I Diploma III Perhotelan Telkom University.
4. Ibu Ratna Gema Maulida.,S.S.T.PAR.,MM.PAR selaku dosen pembimbing II Diploma III perhotelan Telkom University.
5. Kepada seluruh dosen Diploma III Perhotelan Telkom Univeristy yang telah membekali ilmu dan memberikan pengarahan selama penulis melakukan perkuliahan.
6. Kepada orang tua penulis Nanang Suryana dan Alm.Mulyati, yang selalu memberikan doa dan semangat. Penulis berharap dapat menjadi anak yang dapat dibanggakan.

7. Kepada Kakak penulis tercinta Nandinny Restu octavia dan Rolando Putra, yang selalu memberikan kasih sayang, doa, nasehat, serta atas kesabaran merupakan anugerah terbesar dalam hidup.
8. Kepada Om tercinta Ade Mulyadi yang selalu memberikan kasih sayang, doa, nasehat, materi, serta atas kesabaran merupakan anugerah terbesar dalam hidup.
9. Kepada Nico Permadi, terimakasih untuk dukungan, semangat, serta telah menjadi tempat berkeluh kesah, selalu ada dalam suka maupun duka dari awal perkuliahan hingga proses penyusunan Tugas Akhir ini.
10. Kepada Intan, Rama, Eric, Bismar, Barid, Istefa, Uray dan Galuh terimakasih untuk selalu membantu dan memberi dukungan.

Penulis menyadari, bahwa Proyek Akhir ini masih jauh dari kata sempurna baik segi penyusunan, bahasa, maupun penulisannya. Oleh karena itu, sangat mengharapkan kritik dan saran yang membangun dari semua pembaca. Guna menjadi acuan agar penulis bisa menjadi lebi baik lagi di masa mendatang.

Semoga proyek akhir ini bisa menambah wawasan para pembaca dan bisa bermanfaat untuk perkembangan dan peningkata ilmu pengetahuan.

Bandung, 28 Juli 2020



Nandina Restu Febriana

ABSTRAK

Kota Bandung merupakan salah satu kota pariwisata di Indonesia yang menjadi tujuan wisata para wisatawan baik itu wisatawan lokal maupun wisatawan mancanegara. Pada umumnya wisatawan memiliki beragam preferensi sehingga mereka memilih hotel budget dengan beberapa preferensi umum yang menjadi pertimbangan wisatawan. Oleh karena itu, perlu dilakukan penelitian mengenai faktor-faktor yang mempengaruhi wisatawan dalam memilih hotel budget di Kota Bandung. Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis faktor-faktor yang memengaruhi keputusan wisatawan dalam memilih hotel budget di Kota Bandung. Penelitian ini menggunakan metode kuantitatif dengan pendekatan survei dan analisis data dengan menggunakan analisis faktor. Data dikumpulkan melalui penyebaran kuesioner kepada wisatawan yang telah menginap di hotel budget di Kota Bandung. Analisis dilakukan terhadap variabel dependen yaitu keputusan memilih hotel budget dan variabel independen yaitu harga, lokasi, fasilitas, pelayanan, dan promosi. Hasil penelitian menunjukkan bahwa semua variabel independen berpengaruh signifikan terhadap keputusan memilih hotel budget di Kota Bandung. Harga menjadi faktor yang paling dominan dalam keputusan memilih hotel budget, diikuti oleh lokasi, fasilitas, pelayanan, dan promosi. Penelitian ini memberikan implikasi bagi pengelola hotel budget di Kota Bandung untuk mempertimbangkan faktor-faktor yang memengaruhi keputusan wisatawan dalam memilih hotel budget agar dapat meningkatkan kepuasan dan loyalitas wisatawan.

Kata kunci: analisis faktor, hotel budget, faktor-faktor keputusan, kepuasan wisatawan, Kota Bandung.

ABSTRACT

Bandung is one of the tourist cities in Indonesia which is a popular destination for both local and foreign tourists. Generally, tourists have various preferences in choosing a budget hotel in Bandung. Therefore, research is needed to identify the factors that influence tourists in choosing budget hotels in Bandung. This study aims to analyze the factors that influence tourists' decision making in choosing a budget hotel in Bandung. This study used quantitative methods with a survey approach and data analysis using factor analysis. Data collection was carried out through questionnaires which were distributed to tourists who had stayed at budget hotels in Bandung. The analysis was carried out on the dependent variable, namely the decision to choose a budget hotel, and the independent variables, namely price, location, facilities, service, and promotion. The results of the study show that all independent variables have a significant effect on the decision to choose a budget hotel in Bandung. Price is the most dominant factor in the decision to choose a budget hotel, followed by location, facilities, service and promotion. This research has implications for budget hotel managers in Bandung to consider the factors that influence tourist decision making in choosing a budget hotel to increase tourist satisfaction and loyalty.

Keywords: factor analysis, hotel budget, decision making factors, tourist satisfaction, Bandung city.

DAFTAR ISI

KATA PENGANTAR.....	i
ABSTRAKiii
ABSTRACTiv
DAFTAR ISIv
DAFTAR GAMBARviii
DAFTAR TABEL.....	.ix
DAFTAR LAMPIRAN.....	.x
BAB 1 PENDAHULUAN	10
1.1 Latar Belakang	10
1.2 Rumusan Masalah	13
1.3 Tujuan Penelitian	13
1.4 Batasan Masalah	13
1.5 Kegunaan Penelitian	14
1.5.1 Kegunaan Praktis	14
1.5.2 Kegunaan Teoritis	14
BAB 2	
KAJIAN PUSTAKA	15
2.1 Perilaku Konsumen (Customer Behavior)	15
2.1.1 Faktor sosial	15
2.1.2 Faktor Personal	16
2.1.3 Faktor Psychological	17
2.1.4 Faktor Cultural	17
2.2 Konsep Wisatawan	18
2.3 Hotel Budget	18
2.4 Faktor-Faktor yang Mempengaruhi Wisatawan dalam Memilih Hotel <i>Budget</i>	18

2.4.1	Lokasi	19
2.4.2	Harga	19
2.4.3	Fasilitas	20
2.4.4	Keamanan	20
2.4.5	Ulasan tamu	20
2.6	Orisinalitas Penelitian.....	21
2.7	Kerangka Penelitian	
23 BAB 3 METODOLOGI PENELITIAN		
		24
3.1	Objek Penelitian	Error! Bookmark not defined.
3.2	Lokasi & Jadwal Penelitian	24
3.2.1	Jenis Penelitian.....	Error! Bookmark not defined.
3.3	Pendekatan Penelitian	Error! Bookmark not defined.
3.3.1	Lokasi Penelitian.....	Error! Bookmark not defined.
3.3.2	Jadwal Penelitian.....	24
3.4	Jenis dan Sumber Data	Error! Bookmark not defined.
3.4.1	Sumber Data	Error! Bookmark not defined.
3.5	Instrumen Penelitian	25
3.6	Metode dan Teknik Pengumpulan Data	28
3.6.1	Teknik Pengumpulan Data	Error! Bookmark not defined.
3.6.2	Populasi dan sampel	28
3.6.3	Operasional Variabel	Error! Bookmark not defined.
3.7	Metode dan Teknik Analisa Data	
27 BAB 4 DATA DAN PEMBAHASAN		
30 4.1	Profil Hotel/Produk/Lokus	
		30
4.2	Pembahasan	Error! Bookmark not defined.
4.2.1	Rumusan Masalah I	Error! Bookmark not defined.
4.2.2	Rumusan masalah II	Error! Bookmark not defined.

BAB 5 KESIMPULAN DAN SARAN	64
5.1 Kesimpulan	64
5.2 Saran	65
DAFTAR PUSTAKA	67
LAMPIRAN	70

DAFTAR GAMBAR

Gambar 1.1 Data Pertumbuhan Hotel di Kota Bandung 2013-2015	11
Gambar 2.1 Analisis Faktor-Faktor Wisatawan dalam Memilih Hotel Budget di Kota Bandung	23
Gambar 4.1 Jumlah Hotel di Bandung	30
Gambar 4.2 Karakteristik Wisatawan Berdasarkan Jenis Kelamin	34
Gambar 4.3 Karakteristik Wisatawan Mengacu pada Usia	35
Gambar 4.4 Karakteristik Wisatawan Berdasarkan Pendapatan	36
Gambar 4.5 Karakteristik Wisatawan Mengacu pada Intensitas Menginap.....	37
Gambar 4.6 Karakteristik Wisatawan Berdasarkan Tujuan	38
Gambar 4.7 Karakteristik Wisatawan Berdasarkan Durasi Menginap	39
Gambar 4.8 Karakteristik Wisatawan Berdasarkan Partner Menginap.....	40
Gambar 4.9 Karakteristik Wisatawan Berdasarkan Tipe Kamar	41
Gambar 4.10 Rekapitulasi Faktor yang Mempengaruhi Pengunjung dalam Pemilihan Hotel Budget di Kota Bandung	53

DAFTAR TABEL

Tabel 1.1 Ulasan Tamu Pada Hotel Budget di Kota Bandung	12
Tabel 2.1 Orisinalitas Penelitian	21
Tabel 3 1 Skala Likert	25
Tabel 3.2 Operasionalisasi Variabel.....	26
Tabel 4.1 Detail Hotel di Bandung	31
Tabel 4.2 Hasil Responden Terkait Dimensi Lokasi	42
Tabel 4.3 Hasil Responden Mengenai Harga	44
Tabel 4.4 Hasil Responden Mengenai Fasilitas	46
Tabel 4.5 Hasil Responden Mengenai Keamanan	48
Tabel 4.6 Hasil Responden Tentang Reservasi	50
Tabel 4.7 Rekapitulasi Faktor yang Mempengaruhi Wisatawan dalam Pemilihan Hotel Budget di Kota Bandung	52

DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran 1 Gambar yang Terlalu Besar	71
Lampiran 2 Scan Dokumen	72

BAB 1 PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

Industri pariwisata di Indonesia telah berkembang pesat dalam beberapa tahun terakhir. Kota Bandung merupakan salah satu kota pariwisata di Indonesia yang menjadi tujuan wisata para wisatawan baik itu wisatawan lokal maupun wisatawan mancanegara. Hal ini terjadi karena destinasi wisata di kota Bandung sangat bervariasi serta banyak destinasi yang menarik yang bisa dikunjungi oleh wisatawan. Sehingga beberapa hal tersebut menjadi faktor yang menarik para wisatawan untuk berwisata di kota Bandung. Salah satu daerah yang berkembang dalam industri pariwisata yaitu kota Bandung yang merupakan kota terbesar di provinsi Jawa Barat. Hal ini didukung dengan data dari Badan Pusat Statistik (BPS), pada tahun 2019, jumlah wisatawan yang berkunjung ke Kota Bandung mencapai 4,7 juta orang dengan rata-rata lama tinggal 1,9 malam.

Menurut Wardhani (2012, halaman 374) Kota Bandung sebagai *urban tourism* juga telah mengalami perkembangan pariwisata yang cukup pesat. Pariwisata di kota Bandung telah berkembang sejak tahun 1920-an, pada saat itu kegiatan pariwisata telah menjadi sektor utama di Bandung dan saat ini menjadi semakin berkembang. Menurut Patria (2015, halaman 178) Dalam hal pariwisata, Bandung merupakan destinasi wisata bagi penduduk Jakarta dan wisatawan mancanegara asal Malaysia, yang singgah untuk berbelanja barang ataupun produk khas Bandung seperti tekstil dan garmen, dan juga kuliner.

Seiring dengan peningkatan jumlah wisatawan, kebutuhan akan akomodasi pun semakin meningkat. Hotel budget menjadi salah satu pilihan akomodasi yang banyak diminati oleh wisatawan karena menawarkan harga yang terjangkau dengan fasilitas yang memadai. Menurut artikel "*The Rise of the Budget Hotel in Asia*" yang diterbitkan oleh The Guardian, hotel *budget* adalah hotel yang biasanya memiliki kamar-kamar kecil, terletak di pusat kota atau dekat dengan stasiun kereta api atau bandara, dan menawarkan tarif yang sangat kompetitif. Maka, dapat disimpulkan bahwa hotel *budget* adalah jenis hotel yang menyediakan akomodasi dengan harga yang terjangkau dan terhitung murah dibandingkan dengan hotel-hotel lainnya. Biasanya, hotel *budget* memiliki fasilitas yang sederhana dan terbatas, seperti kamar dengan ukuran yang lebih kecil, sarapan pagi yang sederhana, tidak dilengkapi dengan fasilitas spa atau kolam renang, dan parkir yang terbatas.

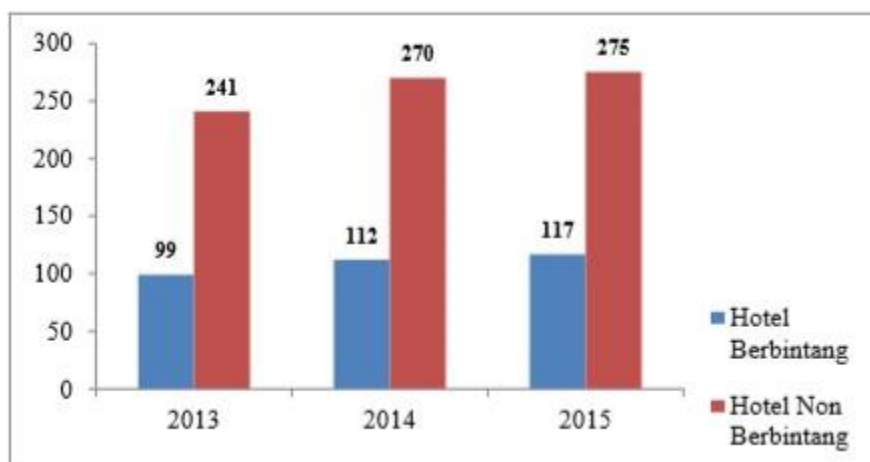
Menurut data dari Tempo.co, pada tahun 2020, hotel budget di Kota Bandung memiliki tingkat okupansi rata-rata sebesar 55% dengan harga kamar mulai dari Rp150.000 hingga Rp500.000 per malam. Walaupun harga kamar yang ditawarkan relatif terjangkau, tetapi hotel *budget* tetap

memberikan kenyamanan dan keamanan bagi tamunya. Biasanya hotel *budget* berlokasi di pusat kota, dekat dengan stasiun, terminal, pusat perbelanjaan, dan objek wisata.

Pada umumnya wisatawan memiliki beragam preferensi sehingga mereka memilih hotel *budget* dengan beberapa preferensi umum yang menjadi pertimbangan wisatawan antara lain wisatawan mencari hotel yang menawarkan harga yang terjangkau dan sesuai dengan kebutuhan mereka. Wisatawan mempertimbangan *review* dan *rating* dari wisatawan lain, *review* yang positif dan *rating* yang tinggi meningkatkan kepercayaan wisatawan terhadap hotel yang mereka pilih.

Peningkatan jumlah wisatawan yang mengunjungi Bandung berdampak langsung pada perkembangan bisnis hotel di kota tersebut. Terjadi peningkatan signifikan dalam jumlah hotel yang menawarkan layanan dan fasilitas serupa, serta semakin tingginya tingkat kritisitas konsumen dalam memilih akomodasi. Persaingan bisnis perhotelan di Bandung sangat ketat, terbukti dengan pertumbuhan yang terus meningkat dari tahun ke tahun, baik untuk hotel berbintang maupun nonberbintang. Berikut adalah data pertumbuhan hotel di Bandung pada periode 2014-2015.

Data Pertumbuhan Hotel di Kota Bandung 2013-2015



Gambar 1.1 Data Pertumbuhan Hotel di Kota Bandung 2013-2015

Sumber: Badan Pusat Statistik Kota Bandung dan data diolah peneliti

Grafik 1.1 menunjukkan pertumbuhan yang signifikan dalam jumlah hotel di Kota Bandung. Antara tahun 2013 hingga 2015, terjadi penambahan yang terus-menerus baik untuk hotel berbintang maupun non-berbintang. Karena peningkatan tersebut, hotel-hotel di Bandung perlu mengembangkan penawaran mereka di berbagai aspek untuk meningkatkan jumlah kunjungan dan memberikan kepuasan yang optimal kepada konsumen. Faktor-faktor tersebut meliputi harga, fasilitas, lokasi, dan lainnya.

Setiap wisatawan memiliki preferensi dan kebutuhan yang berbeda-beda, oleh karena itu sangat penting bagi wisatawan melakukan riset terlebih dahulu sebelum memilih hotel yang tepat. Banyaknya hotel *budget* yang bermunculan di Bandung dalam beberapa tahun terakhir dengan berbagai macam fasilitas dan juga harga yang variatif. Hal ini dapat dibuktikan oleh data-data ulasan yang ada di lapangan sebagai berikut.

Tabel 1.1 Ulasan Tamu Pada Hotel Budget di Kota Bandung

No.	Sumber	Ulasan	Periode	Link
1.	Tripadvisor	<i>low budget</i> hotel di tempat yg strategis. hotel ini dengan bangunan lama. pesan di situs <i>online</i> dengan <i>deluxe</i> , ternyata sampai sana kamar kecil dan tdk ada ventilasi krn terletak ditengah. akhirnya minta pindah ke <i>suite</i> dan ternyata bisa dengan menambah <i>fee</i> . pelayanan staf ramah. Sempat ada <i>trouble AC</i> dikamar mati pas tengah malam, utk penyelesaiannya kurang sigap, tapi akhirnya bisa juga diselesaikan.	2018	https://www.tripadvisor.co.id/Hotel_Reviewg297704-d1023929-ReviewsCihampelas_Hotel_2_RedPartner-Bandung_West_Java_Java.html
2.	Booking.com	semuanya suka. staf ramah, kamar bersih sekali dan situasi tenang. utk lahan parkir	2021	https://www.booking.com/hotel/id/oyo-944doorman-residence.id.html

No.	Sumber	Ulasan	Periode	Link
		mobil sedikit.		
3.	Tiket.com	Lantainya kotor sekali seperti tidak dibersihkan. Tidak ada keset dan bangunan kamarnya tua	2021	<a href="https://en.tiket.com/hotel/indonesia/reddoorzjalan-
raya-lembang-410001633439536193">https://en.tiket.com/hotel/indonesia/reddoorzjalan- raya-lembang-410001633439536193

Sumber: Penulis (2023)

Tabel 1.1 membahas mengenai ulasan hotel budget yang ada di Kota Bandung, dengan periode tahun 2018-202. Dari data tersebut ditemukan bahwa terdapat berbagai macam referensi yang dimiliki oleh pelanggan. Hal ini menyebabkan beberapa hotel *budget* harus menawarkan harga yang lebih murah dan menambah fasilitas agar bisa bersaing. Oleh karena itu, perlu dilakukan penelitian mengenai faktor-faktor yang mempengaruhi wisatawan dalam memilih hotel *budget* di Kota Bandung.

1.2 Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang yang dikemukakan maka dapat dirumuskan masalah sebagai berikut :

1. Bagaimana karakteristik wisatawan dalam memilih hotel *budget* di Kota Bandung?
2. Bagaimana faktor-faktor yang mempengaruhi wisatawan dalam memilih hotel *budget* di Kota Bandung?

1.3 Tujuan Penelitian

Berdasarkan permasalahan yang diteliti maka dibangun sebuah aplikasi yang mengacu pada pengelolaan penjualan dan penggajian berbasis web. Adapun Tujuan dalam penyusunan Proyek Akhir ini yaitu:

1. Untuk menganalisis karakteristik wisatawan dalam memilih hotel *budget* di Kota Bandung.
2. Untuk menganalisis seberapa besar pengaruh faktor-faktor tersebut terhadap keputusan wisatawan dalam memilih hotel *budget* di Kota Bandung.

1.4 Batasan Masalah

Penelitian ini akan dibatasi pada faktor-faktor yang mempengaruhi wisatawan dalam memilih hotel budget di Kota Bandung. Adapun hotel *budget* yang akan menjadi fokus penelitian adalah hotel-hotel *budget* yang berada di pusat kota Bandung. Kemudian metode penelitian yang digunakan adalah survei dengan menggunakan kuesioner sebagai alat pengumpulan data. Responden dalam penelitian ini adalah wisatawan yang pernah menginap di hotel budget di Kota Bandung.

1.5 Kegunaan Penelitian

1.5.1 Kegunaan Praktis

Penelitian ini memiliki beberapa kegunaan praktis, yaitu:

1. Memberikan Informasi untuk Hotel Budget: Penelitian ini dapat memberikan informasi yang berguna bagi hotel budget di Kota Bandung untuk menentukan strategi pemasaran yang tepat guna menarik minat wisatawan.
2. Memberikan Informasi untuk Pemerintah Kota Bandung: Hasil penelitian ini dapat memberikan informasi bagi pemerintah Kota Bandung dalam mengembangkan kebijakan atau program yang berhubungan dengan pariwisata dan perhotelan.
3. Meningkatkan Pelayanan Wisata: Dengan mengetahui faktor-faktor yang mempengaruhi wisatawan dalam memilih hotel budget di Kota Bandung, penelitian ini dapat membantu meningkatkan pelayanan wisata di Kota Bandung sehingga mampu memenuhi kebutuhan wisatawan dengan lebih baik.

1.5.2 Kegunaan Teoritis

Penelitian ini juga memiliki beberapa kegunaan teoritis, yaitu:

1. Menambah Pengetahuan Teoritis: Penelitian ini dapat memberikan kontribusi dalam mengembangkan teori tentang faktor-faktor yang mempengaruhi wisatawan dalam memilih hotel budget di Kota Bandung.
2. Meningkatkan Kualitas Penelitian: Penelitian ini dapat menjadi referensi bagi penelitian selanjutnya yang dilakukan pada topik yang sama atau terkait.
3. Meningkatkan Kredibilitas Penelitian: Dengan melakukan analisis faktor-faktor yang mempengaruhi wisatawan dalam memilih hotel budget di Kota Bandung, penelitian ini dapat memberikan kontribusi dalam meningkatkan kredibilitas penelitian di bidang pariwisata dan perhotelan.

BAB 2 KAJIAN PUSTAKA

2.1 Perilaku Konsumen (Customer Behavior)

Menurut Ervina dan Octaviany (2016) Pengunjung merupakan konsumen atau pelanggan dari tempat wisata. Perilaku konsumen adalah studi tentang cara orang membeli, menggunakan,

mengevaluasi, dan membuang produk dan jasa sedangkan menurut Schiffman dan Kanuk (2004, p.8) ia menyatakan bahwa perilaku konsumen itu meliputi tindakan konsumen dalam mencari, membeli, menggunakan, mengevaluasi dan mengganti produk atau jasa yang diharapkan dapat memenuhi kebutuhan mereka. Ada beberapa faktor yang mempengaruhi perilaku konsumen yaitu:

2.1.1 Faktor sosial

1. *Group*

Sikap dan perilaku seseorang dapat dipengaruhi oleh berbagai kelompok kecil. Kelompokkelompok ini, yang memiliki pengaruh langsung terhadap individu, disebut sebagai kelompok keanggotaan atau *membership group*. Terdapat dua jenis kelompok keanggotaan, yaitu kelompok primer (seperti keluarga, teman, tetangga, dan rekan kerja) dan kelompok sekunder yang lebih formal dan memiliki interaksi yang lebih terbatas (seperti kelompok keagamaan, perkumpulan professional, dan serikat dagang). Menurut Kotler, Bowen, dan Makens (2003, pp 203-204).

2. *Family Influence*

Kelompok memiliki pengaruh yang signifikan terhadap perilaku pembelian. Para pemasar telah meneliti peran dan penengah yang dimainkan oleh suami, istri, dan anak-anak dalam membeli produk dan layanan yang berbeda. Sebagai contoh, anak-anak dapat berpengaruh besar dalam keputusan yang melibatkan restoran cepat saji. Menurut Kotler, Bowen, dan Makens (2003, p.204)

3. *Roles and Status*

Seseorang tergabung dalam beberapa kelompok, seperti keluarga, perkumpulan, dan organisasi. Sebuah "role" terdiri dari aktivitas yang diharapkan dari seseorang untuk dilakukan sesuai dengan orang-orang di sekitarnya. Setiap peran yang dijalankan membawa sebuah status yang mencerminkan penghargaan umum yang diberikan oleh masyarakat. Menurut Kotler dan Armstrong (2006, p.135).

2.1.2 Faktor Personal

1. *Economic Situation*

Keadaan ekonomi seseorang dapat memengaruhi pilihan produk yang dibuatnya, seperti halnya Gucci yang diposisikan untuk konsumen kelas atas, sementara Timex ditujukan untuk konsumen menengah. Situasi ekonomi seseorang sangat memengaruhi pemilihan produk dan

keputusan pembelian yang dibuat pada produk tertentu. Menurut Kotler dan Armstrong (2006, p.137).

2. *Lifestyle*

Pola kehidupan seseorang yang diekspresikan dalam aktivitas, ketertarikan, dan opini orang tersebut. Orang-orang yang datang dari kebudayaan, kelas sosial, dan pekerjaan yang sama mungkin saja mempunyai gaya hidup yang berbeda (Kotler, Amstrong, 2006, p.138).

3. *Personality and Self Concept*

Menurut Kotler dan Armstrong (2006, p.140), kepribadian (*personality*) adalah karakteristik psikologis unik yang memengaruhi stabilitas dan respon individu terhadap lingkungan mereka. Contohnya, seseorang yang percaya diri, dominan, suka bersosialisasi, otonom, defensif, mudah beradaptasi, dan agresif. Setiap orang memiliki gambaran diri yang kompleks, dan perilaku individu cenderung konsisten dengan konsep diri mereka tersebut (Kotler, Bowen, Makens, 2003, p.212).

4. *Age and Life Cycle Stage*

Menurut Kotler, Bowen, dan Makens (2003, pp.205-206), kebiasaan pembelian seseorang dapat berubah seiring dengan siklus kehidupan mereka. Hal ini terlihat dari preferensi mereka dalam hal makanan, pakaian, perabotan, dan rekreasi yang seringkali berkaitan dengan usia dan siklus kehidupan keluarga. Pelaku pasar sering memperhatikan faktor-faktor penting yang berkaitan dengan usia ini karena terdapat perbedaan yang signifikan dalam usia antara orang yang merencanakan strategi pemasaran dan orang yang membeli produk atau layanan tersebut.

5. *Occupation*

Pilihan produk dan jasa yang dibeli dipengaruhi oleh jenis pekerjaan seseorang. Sebagai contoh, konsumen yang bekerja sebagai konstruksi cenderung membeli makan siang dari jasa catering yang datang ke tempat kerja, sedangkan bisnis eksekutif akan memilih makan siang di restoran full service. Pekerja kantor mungkin akan membawa bekal dari rumah atau membeli makanan cepat saji di dekat kantornya (Kotler, Bowen, Makens, 2003, p. 207).

2.1.3 Faktor Psychological

1. Motivasi

Motivasi adalah kebutuhan yang mendorong seseorang untuk mencari kepuasan dari kebutuhan tersebut. Berdasarkan teori Maslow, kebutuhan manusia diatur dalam sebuah hierarki, dimulai dari kebutuhan paling mendesak seperti kebutuhan psikologis, keamanan, sosial, harga diri, hingga pengaktualisasian diri. Setelah kebutuhan paling mendesak terpenuhi, motivasi untuk memuaskan kebutuhan berikutnya akan muncul (Kotler, Bowen, Makens, 2003, p.214).

2. Persepsi

Persepsi adalah proses di mana seseorang memilih, mengorganisasi, dan menerjemahkan informasi untuk membentuk gambaran dunia yang bermakna. Orang dapat membentuk persepsi yang berbeda dari rangsangan yang sama, tergantung pada pengalaman, pengetahuan, dan kepercayaan mereka (Kotler, Bowen, Makens, 2003, p.215).

3. Pembelajaran

Pembelajaran adalah proses yang terus berkembang dan berubah seiring dengan informasi dan pengalaman baru yang diperoleh seseorang. Informasi baru yang didapat dari membaca, diskusi, observasi, atau pengalaman langsung menjadi umpan balik bagi individu dan memberikan dasar untuk perilaku di masa depan dalam situasi yang sama (Schiffman, Kanuk, 2004, p.207).

4. Keyakinan dan Sikap

Keyakinan adalah pemikiran deskriptif bahwa seseorang mempercayai sesuatu. Keyakinan dapat didasarkan pada pengetahuan, opini, dan keyakinan pribadi (Kotler, Amstrong, 2006, p.144). Sedangkan sikap adalah evaluasi, perasaan suka atau tidak suka, dan kecenderungan relatif konsisten seseorang terhadap suatu objek atau ide (Kotler, Amstrong, 2006, p.145).

2.1.4 Faktor Cultural

Menurut Kotler dan Amstrong (2006), nilai-nilai dasar, persepsi, keinginan, dan perilaku seseorang dipengaruhi oleh pengalaman hidup dan lembaga penting seperti keluarga. Hal ini menjadi penentu paling dasar dari keinginan dan perilaku seseorang. Selain itu, faktor budaya juga mempengaruhi nilai-nilai dasar, persepsi, keinginan, dan perilaku seseorang secara terus-menerus dalam lingkungan yang sama (Kotler, Bowen, Makens, 2003).

2.2 Konsep Wisatawan

Wisatawan adalah setiap orang yang mengunjungi suatu negara yang bukan merupakan tempat tinggalnya yang biasa, dengan alasan apapun juga, kecuali mengusahakan sesuatu pekerjaan yang dibayar oleh negara yang dikunjungi. Sedangkan menurut Spillane (2003) Wisatawan adalah orang

yang bepergian dari tempat tinggalnya untuk berkunjung ke tempat lain dengan menikmati perjalanan dari kunjungannya. UU RI Nomor 9 tahun 1990 dalam Yoeti (2007), mendefinisikan wisatawan adalah orang yang melakukan kegiatan wisata.

Wisatawan adalah seseorang yang melakukan perjalanan dari tempat asalnya ke tempat tujuan lain yang berbeda dengan tujuan utama untuk rekreasi, liburan, bisnis, pendidikan, atau keperluan lainnya (Makarim, 2019). Wisatawan dapat dibedakan menjadi beberapa jenis, yaitu wisatawan nusantara (domestik) dan wisatawan mancanegara (internasional).

2.3 Hotel Budget

Menurut Wijaya (2019), Hotel *budget* atau hotel ekonomi adalah jenis hotel yang menawarkan harga kamar yang lebih terjangkau dibandingkan dengan hotel bintang 3 atau lebih. Sedangkan menurut Harris (2005), pengendalian biaya merupakan faktor penting dalam manajemen hotel. Dia menekankan pentingnya untuk menentukan standar biaya yang masuk akal dan melakukan pengawasan ketat terhadap pengeluaran. Adapun menurut Nyaupane dan Timothy (2009), kebijakan pengendalian biaya dalam hotel *budget* harus dilakukan secara berimbang dengan mempertimbangkan kualitas layanan dan kepuasan tamu. Mereka juga menyarankan untuk mengembangkan strategi inovatif untuk meningkatkan efisiensi dan kualitas layanan dalam budget yang terbatas. Wisatawan memilih hotel *budget* untuk berbagai alasan, salah satunya karena harganya yang lebih terjangkau. Wisatawan dapat memilih hotel *budget* berdasarkan ketersediaan fasilitas, lokasi, harga, dan ulasan dari pengunjung sebelumnya.

2.4 Faktor-Faktor yang Mempengaruhi Wisatawan dalam Memilih Hotel *Budget*

Faktor-faktor yang mempengaruhi wisatawan dalam memilih hotel *budget* dapat dibagi menjadi beberapa faktor, yaitu faktor internal dan faktor eksternal. Faktor internal mencakup preferensi pribadi seperti harga, lokasi, fasilitas, dan kualitas pelayanan. Sementara itu, faktor eksternal meliputi faktor-faktor yang tidak dikontrol oleh wisatawan seperti lingkungan sosial, budaya, dan ekonomi.

Hal ini bertujuan untuk membantu hotel *budget* dalam memahami kebutuhan dan preferensi tamu mereka sehingga bisa memberikan layanan yang sesuai dengan harapan tamu.

Beberapa faktor yang mempengaruhi keputusan wisatawan dalam memilih hotel *budget* Menurut Kotler, Bowen, dan Makens (2017) antara lain:

2.4.1 Lokasi

Menurut Heizer (2006) tujuan strategi lokasi adalah untuk memaksimalkan keuntungan lokasi bagi perusahaan. Adapun menurut Tjiptono (2006), pemilihan lokasi memerlukan pertimbangan yang cermat terhadap beberapa faktor berikut :

1. Akses yaitu kemudahan untuk menjangkau. Misalnya, lokasi yang dilalui atau mudah dijangkau sarana transportasi umum.
2. Visibilitas yaitu lokasi atau tempat yang dapat dilihat dengan jelas dari jarak pandang normal.
3. Lalu - lintas (*traffic*), menyangkut dua pertimbangan utama berikut :
 - a. Banyaknya orang yang lalu-lalang bisa memberikan peluang besar terhadap terjadinya *impulse buying*, yaitu keputusan pembelian yang seringkali terjadi spontan, tanpa perencanaan, dan/atau tanpa melalui usaha - usaha khusus.
 - b. Kepadatan dan kemacetan lalu - lintas bisa pula menjadi hambatan.
4. Tempat parkir yang luas, nyaman, dan aman baik untuk kendaraan roda dua maupun roda empat.
5. Ekspansi yaitu tersedia tempat yang cukup luas untuk perluasan usaha di kemudian hari.
6. Lingkungan yaitu daerah sekitar yang mendukung jasa yang ditawarkan.
7. Kompetisi yaitu lokasi pesaing.
8. Peraturan pemerintah.

Lokasi yang strategis dan mudah diakses menjadi salah satu faktor yang mempengaruhi keputusan wisatawan dalam memilih hotel budget. Wisatawan juga lebih memilih hotel budget yang dekat dengan pusat kota atau area bisnis.

2.4.2 Harga

Menurut Trisnantoro (2004:146) adalah nilai suatu jasa pelayanan yang ditetapkan dengan ukuran sejumlah uang berdasarkan pertimbangan. Tarif yang rendah akan selalu bisa memicu psikologis individu untuk melakukan pembelian, penentuan nilai tarif dilihat dari besarnya manfaat yang akan di peroleh dari produk atau jasa. Sedangkan pendapat tarif/ harga menurut Kotler dan Armstrong (2004:430) adalah sejumlah uang yang dibayarkan atas barang dan jasa atau jumlah nilai yang konsumen tukarkan dalam rangka mendapat manfaat

dari memiliki atau menggunakan barang atau jasa. Harga menjadi faktor penting dalam memilih hotel *budget*. Wisatawan cenderung memilih hotel *budget* dengan harga terjangkau dan sesuai dengan budget mereka.

2.4.3 Fasilitas

Fasilitas adalah penyediaan perlengkapan - perlengkapan fisik untuk memberi kemudahan kepada konsumen untuk melaksanakan aktifitas - aktifitas sehingga kebutuhan konsumen dapat dipenuhi (Sulastyono, 1999). Dan tugas pokok dari fasilitas adalah untuk melindungi operasi - operasi (Swastha, 1994).

Wisatawan membutuhkan fasilitas yang memadai untuk membuat pengalaman menginap mereka lebih nyaman dan menyenangkan, seperti kamar yang bersih, air panas, Wi-Fi gratis, dan sarapan.

2.4.4 Keamanan

Keamanan menjadi faktor penting dalam memilih hotel *budget*. Wisatawan akan mencari hotel *budget* yang memiliki sistem keamanan yang baik, seperti CCTV, petugas keamanan, dan pengunci pintu yang aman.

2.4.5 Ulasan tamu

Ulasan tamu juga bisa mempengaruhi keputusan wisatawan dalam memilih hotel *budget*. Wisatawan cenderung memilih hotel yang memiliki ulasan positif dari tamu sebelumnya.

Dengan mempertimbangkan faktor-faktor tersebut, hotel *budget* dapat memberikan layanan yang lebih baik dan meningkatkan kepuasan tamu, sehingga bisa meningkatkan reputasi hotel dan menarik lebih banyak tamu di masa depan.

2.5 Reservasi

Berdasarkan pendapat Damardjati (dalam Pratiwi, 2011:16), reservasi atau pemesanan adalah kegiatan yang berkaitan dengan memesan tempat duduk di tempat-tempat seperti restoran, klub malam, teater & pertunjukan, serta tempat duduk di pesawat udara, kereta api, bus antarkota, kamar hotel, dan sebagainya. Sementara itu, menurut Soenarno (2006:197), reservasi adalah pemesanan tempat atau kamar yang dilakukan sebelum seseorang datang ke hotel. Lebih luas lagi, reservasi juga merujuk pada bagian dalam hotel yang bertugas menangani permintaan pemesanan dari calon tamu.

Berdasarkan pendapat para ahli di atas, dapat disimpulkan bahwa reservasi (*reservation*) adalah kegiatan yang melibatkan pemesanan tempat dan dilakukan sebelum seseorang atau wisatawan tiba di suatu tempat, seperti hotel.

Jenis-jenis Reservasi Dalam reservasi, terdapat dua jenis reservasi yang dapat dilakukan yaitu :

1. *Online Reservation* (Reservasi Online)

Online Reservation (reservasi online) merupakan sistem reservasi yang dapat dilakukan oleh setiap orang dengan mengakses website hotel melalui media internet.

2. *Offline Reservation* (Reservasi Offline)

Offline reservation (reservasi offline) merupakan sistem reservasi yang menggunakan pengiriman reservasi langsung ke hotel dengan media reservasi seperti telepon, fax, e-mail, dan walk in.

2.6 Orisinalitas Penelitian

Penelitian terdahulu merupakan acuan yang penting dalam penelitian ini, karena dapat memberikan dasar teori dan penemuan-penemuan dari penelitian sebelumnya sebagai pendukung penelitian. **Tabel 2.1 Orisinalitas Penelitian**

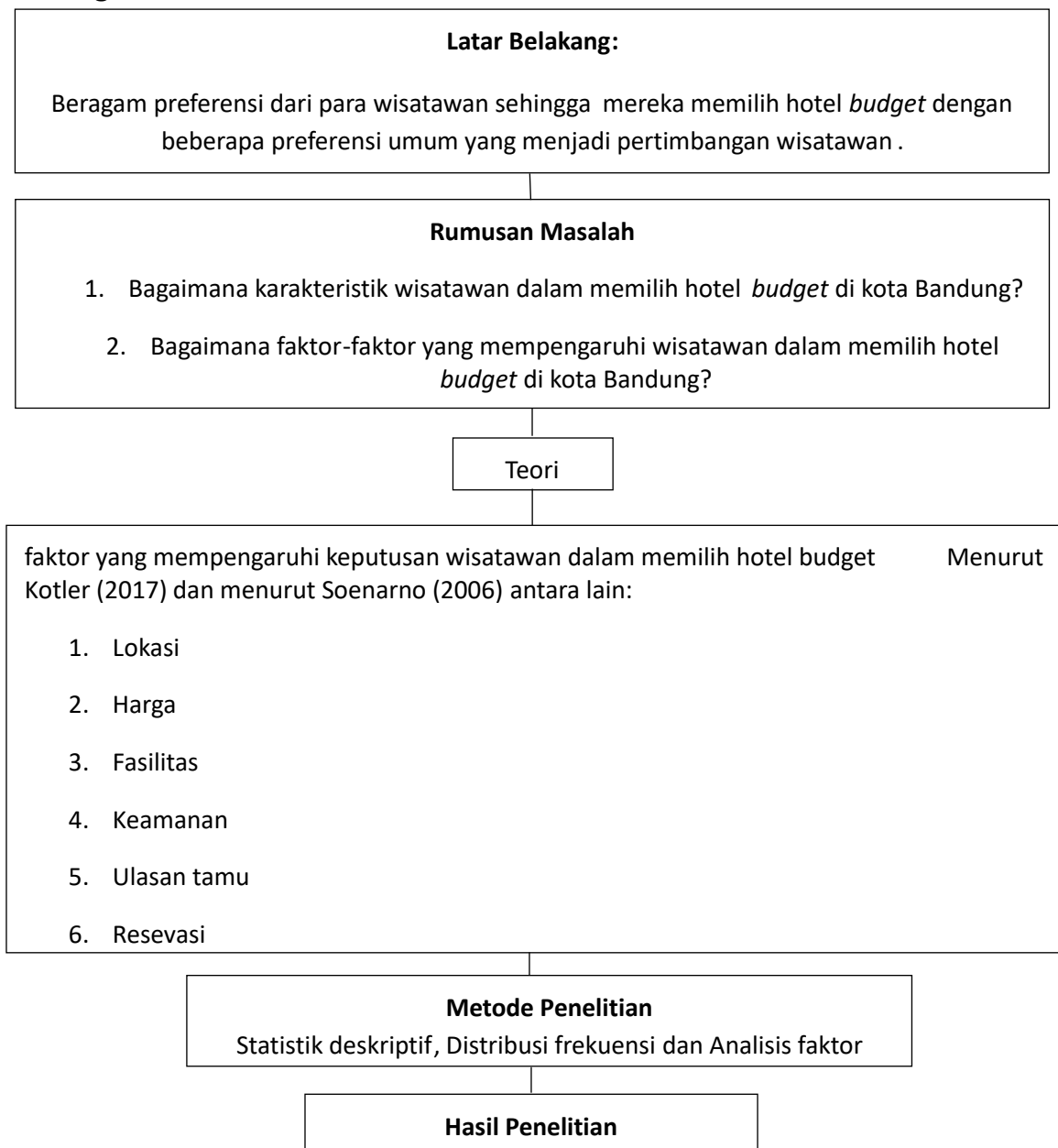
No.	Penulis	Judul	Hasil	Persamaan	Perbedaan
1.	Nandiny Restu Oktavia (2019) Mahasiswi D3 Perhotelan, Fakultas Ilmu Terapan, Universitas Telkom	Analisis Faktor-Faktor yang Mempengaruhi Wisatawan <i>Backpacker</i> dalam Pemilihan Hotel Budget di Kota Bandung Tahun 2019	Penggunaan unsurunsur bauran pemasaran yaitu 7p (<i>product, price, place, promotion, people, process, and physical evidence</i>) untuk menganalisis faktor yang mempengaruhi wisatawan	Pemilihan hotel budget	Data yang diambil dari wisatawan <i>backpacker</i>
2.	Doni Nugraha (2019) Fakultas Ekonomi dan Bisnis, Universitas Pasundan Bandung	Analisis Faktor-Faktor yang Mempengaruhi Jumlah Kunjungan Wisatawan Ke Objek Wisata di Bandung Raya	Hasil regresi dengan tingkat signifikan 5% menunjukkan bahwa variabel pendapatan wisatawan dan jumlah objek wisata berpengaruh positif dan signifikan terhadap jumlah kunjungan wisatawan ke objek wisata yang ada di Bandung Raya, sedangkan jarak asal wisatawan dan biaya wisata	Wisatawan di Bandung Raya	Analisis jumlah kunjungan wisatawan ke objek wisata
No.	Penulis	Judul	Hasil	Persamaan	Perbedaan

			berpengaruh negatif dan signifikan terhadap jumlah kunjungan wisatawan ke objek wisata yang ada di Bandung Raya.		
3.	Yusrin Laila Sany, Agustinus Nur Arief Hapsoro, S.T., M.T (2020) Prodi S1 Desain Interior, Fakultas Industri Kreatif, Universitas Telkom	Faktor-Faktor yang Mempengaruhi Pengunjung Dalam Memilih Hotel	Hasil dari analisis menghasilkan tema dan konsep dari sebuah Hotel menjadi salah satu faktor terbesar saat pengunjung memilih hotel yang ingin ditinggali dan pengunjung hotel memperhatikan dan mempertimbangkan aspek kenyamanan dalam memilih hotel.	Faktor-faktor yang berpengaruh dalam memilih hotel	Data yang diambil secara acak dan tidak spesifik dalam satu daerah

Sumber: Penulis (2023)

Berdasarkan tabel 2.1, penelitian terdahulu menunjukkan bahwa penelitian pertama yang dibahas yaitu karakteristik wisatawan *backpacker* di kota Bandung adalah mahasiswa, pelajar, atau pekerja dengan *budget* yang terbatas. Faktor-faktor yang mempengaruhi wisatawan *backpacker* dalam memilih hotel budget adalah produk, harga, lokasi, promosi, orang, proses, dan bukti fisik. Kemudian hasil dari penelitian kedua membahas tentang Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis pengaruh variabel pendapatan wisatawan, jumlah objek wisata, jarak asal wisatawan dan biaya wisata terhadap jumlah kunjungan wisatawan ke Bandung Raya. Dan yang terakhir, Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis faktor apa saja yang dapat mempengaruhi konsumen dalam memilih hotel yang mencakup berbagai aspek mulai dari kenyamanan hingga interior hotel yang seperti apa yang biasanya menjadi pertimbangan konsumen hotel dalam memilih hotel.

2.7 Kerangka Penelitian



Gambar 2.1 Analisis Faktor-Faktor Wisatawan dalam Memilih Hotel Budget di Kota Bandung

Sumber: Data Diolah Peneliti (2023)

Kerangka penelitian ini merupakan gambaran secara keseluruhan bagaimana penelitian ini akan dilakukan dan dibahas. Penelitian ini akan dimulai dengan latar belakang, kemudian rumusan masalah yang dibahas juga akan bersinggungan dengan preferensi serta pengalaman tamu. Setelah ini analisis dalam penelitian ini dapat dilakukan untuk mencapai hasil dari penelitian tersebut.

BAB 3 METODOLOGI PENELITIAN

3.1 Pendekatan Penelitian

Menurut Didre D. Jhonston dan Scott W, pendekatan penelitian adalah suatu rencana dan juga desain atas suatu penelitian yang diawali dari setiap tahap hipotesis hingga diakhiri kesimpulan. Pendekatan yang digunakan dalam penelitian ini adalah pendekatan kuantitatif sedangkan menurut Sugiyono (2015:14) bahwa pendekatan kuantitatif merupakan penelitian yang berlandaskan pada filsafat positivisme untuk meneliti populasi atau sampel tertentu dan pengambilan sampel secara random dengan pengumpulan data menggunakan instrumen, analisis data bersifat statistik. Pendekatan kuantitatif digunakan untuk mengumpulkan dan menganalisis data dengan cara mengukur variabel-variabel yang berhubungan dengan fenomena yang diteliti secara obyektif.

Penelitian ini menggunakan pendekatan statistik deskriptif untuk mengkaji preferensi dan pengalaman tamu dalam memilih hotel budget di Kota Bandung. Metode ini digunakan untuk mengumpulkan, memproses, dan menganalisis data dengan tujuan memberikan gambaran umum tentang karakteristik yang diamati. Para ahli seperti Ghazali (2016) dan Muchson (2017) menjelaskan bahwa statistik deskriptif digunakan untuk menjelaskan dan menggambarkan data tanpa mengambil kesimpulan umum. Penelitian ini juga mencakup metode kualitatif melalui wawancara, yang merupakan pertemuan antara dua individu untuk bertukar informasi dan gagasan melalui tanya jawab. Dengan demikian, penelitian ini menggabungkan pendekatan kuantitatif dan kualitatif untuk memperoleh pemahaman yang komprehensif mengenai faktor-faktor yang mempengaruhi pemilihan hotel budget oleh wisatawan di Kota Bandung

3.2 Lokasi Penelitian

Penelitian ini berfokus di Jawa Barat, tepatnya di kota Bandung yang berfokus pada faktor-faktor wisatawan dalam memilih hotel budget.

3.3 Jenis dan Sumber Data

Jenis data yang digunakan pada penelitian ini berupa data kuantitatif, data yang dapat diukur dalam angka dan dihitung atau dianalisis secara statistik. Sumber data dalam penelitian kuantitatif dapat dilakukan kuesioner berupa orang yang dipilih secara random.

3.3.1 Sumber Data

Sumber data yang digunakan dalam penelitian ini adalah :

1. Data primer

Data primer adalah data yang dikumpulkan oleh peneliti sendiri melalui proses pengamatan, wawancara, kuesioner, atau metode. Data primer diperoleh dari survei yang dilakukan kepada wisatawan yang menginap di hotel *budget* di Kota Bandung dengan menggunakan kuesioner.

2. Data sekunder

Data sekunder adalah data yang telah dikumpulkan oleh orang lain atau pihak lain sebelumnya dan tersedia untuk digunakan. Data sekunder diperoleh dari media masa, studi literatur, baik dari buku maupun dari sumber internet yang relevan.

3.4 Instrumen Penelitian

Menurut Sugiono(2013) ia menyatakan instrument penelitian adalah suatu alat yang digunakan untuk mengukur fenomena alam maupun social yang diamati. Adapun juga menurut Purwanto (2018) yang menjelaskan instrument penelitian pada dasarnya alat yang digunakakn untuk mengumpulkan data dalam penelitian.

Instrumen penelitian yang digunakan dalam penelitian ini adalah kuesioner yang terdiri dari pertanyaan tentang faktor-faktor yang mempengaruhi wisatawan dalam memilih hotel *budget* di Kota Bandung Kuesioner ini dirancang dengan menggunakan skala Likert yang terdiri dari lima pilihan jawaban. Menurut Sugiyono (2019:146), skala likert digunakan untuk pengukuran Sikap, pendapat, dan persepsi seseorang atau sekelompok orang tentang fenomena sosial. Kuesioner yang disebarakan dalam penelitian ini digunakan skala Likert.

Tabel 3 1 Skala Likert

No	Jawaban Responden	Skor
1.	Sangat setuju (SS)	5
2.	Setuju (S)	4
3.	Cukup (C)	3
4.	Tidak Setuju (TS)	2
5.	Sangat Tidak Setuju (STS)	1

Sumber : Sugiyono (2014)

A. Operasional Variabel

Sugiyono (2016:38) menjelaskan bahwa variable penelitian adalah segala hal yang didefinisikan oleh peneliti oleh peneliti untuk dipelajari sehingga informasi tentang hal tersebut

dapat diperoleh dan kesimpulan dapat diambil. Operasionalisasi variable diperlukan untuk menjelaskan variable penelitian menjadi konsep, dimensi, indikator, dan ukuran yang digunakan untuk memperoleh nilai variable lainnya. Tabel berikut menggambarkan operasionalisasi variable dalam penelitian ini :

Tabel 3.2 Operasionalisasi Variabel

Variabel	Dimensi	Indikator	item	Skala
1	2	3	4	5
Faktor-faktor wisatawan dalam memilih hotel Kotler, Bowen, dan Makens (2017)	Lokasi	Akseibilitas	Memudahkan akses tamu menuju hotel	<i>Likert</i>
	Harga	Harga kamar per malam	Menocokkan harga kamar sesuai kebutuhan tamu	
	Fasilitas	Kolam renang	Adanya jenis dan ukuran kolam renang menunjang keputusan tamu	
		Restoran	Adanya restoran sebagai fasilitas penunjang tamu dalam menyediakan makanan selama tamu	
Variabel	Dimensi	Indikator	item	Skala
1	2	3	4	5

			menginap	
		Fasilitas Pertemuan	Adanya meeting room yang menunjang kegiatan tamu dalam pengadaan meeting perusahaan	
	Keamanan	Keamanan kamar	Tamu merasa aman karena privasi terjaga selama menginap	
	Ulasan Tamu	Rating ulasan	Tamu diberikan	

Sumber: Peneliti (2023)

3.5 Teknik Analisa Data

Menurut Sugiyono (2013:206) analisis data adalah kegiatan setelah data dari seluruh responden terkumpul. Kegiatan dalam analisis data adalah mengelompokkan data berdasarkan variabel dan jenis responden, menstabilisasi data berdasarkan variabel dari seluruh responden, menyajikan data dari setiap variabel yang diteliti, melakukan perhitungan untuk menjawab rumusan masalah dan melakukan perhitungan untuk menguji hipotesis yang telah diajukan.

Penelitian ini menggunakan teknik analisis data statistik dengan menggunakan kuesioner dengan sistem perhitungan menggunakan skala likert dengan pertama kali yang dilakukan adalah mencari nilai tertinggi, nilai terrenda serta rentang skala sebagai batasan yang selanjutnya dapat digambarkan dalam sebuah garis kontinum. Rumus untuk mencari nilai tertinggi, nilai terendah dan rentang skala yaitu :

Skor tertinggi x jumlah pertanyaan x jumlah responden B.

Nilai terendah :

Skor tertinggi x jumlah pertanyaan x jumlah responden

C. RentangSkala:

(jumlah nilai tertinggi – jumlah nilai terrendah)

Kelas interval

Kegiatan dalam analisis data adalah mengelompokkan data berdasarkan variable dan jenis responden, menyajikan data dari setiap variable yang di teliti melakukan perhitungan untuk menjawab rumusan masalah dan melakukan perhitungan untuk menjawab rumusan masalah dan melakukan perhitungan untuk menguji hipotesa yang telah diajukan.

Adapun teknik analisis data yang digunakan dalam penelitian ini menggunakan distribusi frekuensi. Distribusi frekuensi adalah susunan data menurut kelas-kelas tertentu (Hasan 2005:41). Menurut Suhardy (2003 : 25) dan Purwanto, distribusi frekuensi adalah pengelompokan data ke dalam beberapa kategori yang menunjukkan banyaknya data dalam setiap kategori dan setiap data tidak dapat dimasukkan ke dalam dua atau lebih kategori. Pada tahap penyajian data, data yang sudah diklarifikasikan, disajikan atau ditampilkan dalam bentuk table atau grafik.

3.6 Metode dan Teknik Pengumpulan Data

Teknik pengumpulan data dilakukan pada kondisi yang alamiah, sumber data primer, dan teknik pengumpulan data lebih banyak pada observasi berperanserta, wawancara mendalam, dan dokumentasi. Menurut Sugiyono (2018) teknik pengumpulan data terdiri atas observasi, wawancara, angket, dan dokumentasi.

Teknik yang akan digunakan pada penelitian ini adalah penelitian survey dengan mengumpulkan data melalui kuesioner. Menurut Sugiyono (2014:230), Kuesioner adalah teknik pengumpulan data dengan cara peneliti memberikan daftar pertanyaan atau pernyataan yang tertulis untuk dijawab oleh responden. Secara umum, kuesioner dapat diartikan sebagai instrument tertulis yang berisi serangkaian pertanyaan yang ditujukan untuk memperoleh informasi dari responden dalam jumlah yang banyak dan secara sistematis. Kuesioner data yang diperoleh berupa nilai skor, untuk mengetahui fak-faktor wisatwan dalam memilih hotel *budget* di kota Bandung.

3.7 Populasi dan sampel

3.7.1 Populasi sunyoto (2012:47) mendefinisikan populasi sebagai jumlah keseluruhan objek, yang terdiri dari objek atau subjek dengan kualitas dan karakteristik tertentu yang telah ditentukan sebelumnya oleh peneliti untuk diteliti dan ditarik kesimpulannya. Dalam penelitian ini, populasi mengacu pada jumlah tamu yang menginap di hotel budget, khususnya di kota Bandung.

Teknik pengambilan populasi pada penelitian ini menggunakan rumus hair. Hal ini dikarenakan populasi yang akan diteliti belum diketahui secara pasti. Rumus ini merekomendasikan bahwa ukuran sample minimum sebanyak 5-10 kali jumlah variabel indikator yang digunakan. Dalam penelitian ini terdapat 15 indikator dikali 5 = 75 orang. Oleh karena ini berdasarkan perhitungan tersebut, jumlah sample dalam penelitian ini adalah 75 orang yang pernah menginap di hotel budget di Kota Bandung.

$$\text{Hair} = \text{jumlah indikator} \times 5 = 75$$

Dari 5-10 saya memilih 5 poin untuk dikali jumlah indikator yaitu 15, sehingga di dapatkan hasil 75 dari rumus tersebut. Jadi jumlah responden yang akan saya gunakan berjumlah 75 orang.

3.7.2 Sampel

Menurut Sugiyono (2014) Sampel adalah bagian dari jumlah dan karakteristik yang dimiliki oleh populasi tersebut. Meskipun sampel hanya merupakan bagian dari populasi, kenyataan kenyataan yang diperoleh dari sampel itu harus dapat menggambarkan dalam populasi bila populasi besar dan peneliti tidak mungkin mempelajari semua yang ada pada populasi. Setelah ditemukannya jumlah populasi, lalu sampel diolah dengan cara probability sampling.

BAB 4 DATA DAN PEMBAHASAN

4.1 Profil Hotel Budget di Kota Bandung

Kota Bandung ialah kota yang letaknya di Jawa Barat dan menjadi satu dari kota yang menjadi destinasi wisata untuk berlibur. Wisatawan yang ada di Bandung bukan hanya sebatas wisatawan lokal saja, melainkan juga wisatawan dari manca negara. Bandung menjadi kota sebagai destinasi wisata yang relevan dikarenakan bervariasi destinasi wisata mulai dari alam hingga wisata modern.

Jumlah hotel di Bandung dapat dikatakan amat banyak. Mengacu pada data Badan Pusat Statistika (BPS) bahwasanya jumlah dan klasifikasi hotel di Bandung antara lain adalah sebagai berikut:

Klasifikasi Hotel	Jumlah Hotel Menurut Klasifikasi (Jumlah)		
	2016 ¹⁾	2017 ¹⁾	2018 ¹⁾
Hotel Bintang 5	9	9	10
Hotel Bintang 4	32	32	48
Hotel Bintang 3	42	42	98
Hotel Bintang 2	25	25	111
Hotel Bintang 1	10	10	20
Hotel Bintang	-	9	-
Non Bintang	218	218	21
Lainnya	-	-	-
Jumlah Hotel Menurut Klasifikasi di Kota Bandung			
Dinas Kebudayaan dan Pariwisata Kota Bandung			

Gambar 4.1 Jumlah Hotel di Bandung

Sumber: BPS (2023)

Mengacu dari data tersebut dapat diketahui bahwasannya hingga tahun data terakhir dirilis oleh BPS, terdapat 152 bintang hotel banyaknya yang berada pada level hotel bintang 2 hingga hotel non bintang. Jika pada tahun 2016 sebelumnya ada banyak hotel yang masih berada pada level non bintang, di tahun 2018 sudah naik level menjadi hotel berbintang satu dan dua. Berikut adalah list dari hotel budget dengan rentang harga dibawah Rp. 350.000,- di Kota Bandung:

Tabel 4.1 Detail Hotel di Bandung

No	Nama Hotel Budget	Alamat Hotel Budget	Fasilitas Hotel Budget	Harga Hotel Budget
1.	The Batik Bed and Coffee	Jalan Ciseureuh, Kecamatan Regol, Kota Bandung, Jawa Barat	Fasilitas parkir, AC, Wifi, dan juga Restaurant	Start from 198.000,-

2.	Hotel Bantal Guling Trans	Jalan Jendral Gatot Subroto No. 194, Buahbatu, Bandung, Jawa Barat, Indonesia, 40274	Ac, resepsionist 24 jam, parkir area, wifi	Start Rp. 130.000,-
3.	Cabin Capsule by J Residence	Jalan Cemara VIII 66 Pasteur Kec. Sukajadi, Bandung, Jawa Barat	Ac, televisi, ruang makan	Start Rp. 147.000
4.	Loka Hostel	Jalan Ciumbuleuit No. 155, Ciumbulieuit, Bandung, Jawa Barat	Ac, parkir, receptionist	Start Rp. 101.000,-
5.	Lotus Hotel	Jalan Tubagus Ismail VIII No. 45 Dago Atas, Bandung	Ac, shower, parkir, sarapan	Start Rp. 200.000,-
6.	Nur Alam Hotel	Jalan Tangkuban Perahu No. 674, Lembang, Bandung, Jawa Barat	Ac, shower, kolam renang	Start Rp. 158.000,-
7.	Vio Hotel	Jl. Cihampelas No.108, Tamansari, Kec. Bandung Wetan, Kota Bandung, Jawa Barat	Wifi, parkir, ac	Start Rp. 220.000,-
8.	Bobobox Paskal	Jalan Pasir Kaliki No. 76A, Pasirkaliki, Bandung, Jawa Barat	Wifi, Ac, Parkir area	Start Rp. 234.000,-
9.	Meize City Hotel	Jalan Sumbawa No. 7 Merdeka Kec. Sumur Bandung	TV, Ac, Wifi, Sarapan	Start Rp. from 235.000,-
10.	Dago's Hill Hotel	Jalan Tubagus Ismail VIII No. 39 A	Ac, Wifi, Parkir, Kolam Renang, Restaurant	Start Rp. from 320.000,-
11.	Ibis Hotel Budget Bandung Asia-Afrika	Jalan Asia-Afrika Nomor 128	Wifi, Ac, parkir, dan sarapan	Start Rp. from 240.000,-

No	Nama Hotel Budget	Alamat Hotel Budget	Fasilitas Hotel Budget	Harga Hotel Budget
12	Hotel Lodaya Bandung	Jalan Lodaya No.83	Wifi, Ac, tempat makan, parkir	Start Rp. from 199.000,-

13.	Hotel Parahyangan Bandung	Jl. Garuda No.79-83, Padjajaran, Bandung, Jawa Barat,	Kolam renang, sarapan, wifi, tempat parkir, ac, receptionist	Start from Rp. 250.000,-
14.	Grand Viveana Hotel	Jalan Pajajaran No. 73 Ciceando, Cicendo,	Wifi, Parkir, Ac,	Start from Rp. 292.000,-
15	Serena Hotel	Jalan Marjuk No.4-6 Kebon Kawung, Bandung	Ac, anta r jemput bandara, spa, meja receptionist, brankas, wifi di area umum	Start Rp. 232.000,-
16	Serena Hotel	Jalan Marjuk No.4-6 Kebon Kawung, Bandung	Ac, anta r jemput bandara, spa, meja receptionist, brankas, wifi di area umum	Start Rp. 232.000,-
17	Serela Merdeka by Kagum Hotels	Jl. Purnawarman No. 23 Bandung, Indonesia	Wifi, parkir, AC, receptionist, restaurant, fasilitas pertemuan, taman, area merokok	Start Rp. 292.000,-
18	Hotel Citradream	Jl. Pasir Kaliki No. 36-42, Pasir Kaliki, Kec. Cicendo, Bandung	Wifi, Parkir, Ac, receptionist	Start Rp. 280.000,-
19	Sweet Karina Hotel	Jl. Terusan Babakan Jeruk IV No.38 Sukagalih, Sukajadi, bandung	Wifi, parkir, AC,	Start Rp. 180.000
20	Cherry Homes II Hotel	Jl. Surya Sumantri No. 93, Sukawarna, Kec.	Wifi, Parkir, AC, restaurant,	Start Rp. 246.000,-
No .	Nama Hotel Budget	Alamat Hotel Budget	Fasilitas Hotel Budget	Harga Hotel Budget

		Sukajadi, Bandung	receptionist	
--	--	-------------------	--------------	--

Sumber: Olahan Data Peneliti (2023).

Hotel budget merupakan hotel yang dalam hal ini memfokuskan bidangnya pada segi keterjangkauan harga bagi para pengunjungnya. Hal ini diperuntukkan bagi mereka yang bersinggah untuk waktu sementara saja, membutuhkan banyak ruang untuk menginap, memiliki limitasi atau keterbatasan dalam segi ekonomi, ataupun bagi mereka yang harus pergi dan kembali sehingga dengan demikian biayanya bisa amat tinggi jika tidak disikapi dengan baik, sehingga dengan demikian jenis hotel ini akan tepat untuknya, dimana hal ini bukan hanya kalangan bawah saja tetapi juga untuk kalangan menengah hingga keatas (Setiawan, 2021).

Meskipun dalam hal ini hotel budget adalah hotel yang terbatas dari segi fasilitasnya, tetapi bukan berarti tidak ada sama sekali. Kerap kali, berbagai fasilitas dasar sudah disediakan tetapi tidak selengkap hotel-hotel berbintang empat keatas. Terdapat beberapa pendapat terkait hotel budget ini, yang antara lain ada yang mengatakan bahwasannya hotel budget merupakan hotel yang memiliki harga terjangkau saja, sehingga tidak terdapat spesifikasi khusus. Selain itu, juga terdapat pula pendapat yang mengatakan bahwasannya yang diklasifikasikan sebagai hotel budget adalah hotel bintang dua keatas dengan harga yang murah.

4.2 Hasil Penelitian

Penelitian ini memiliki misi untuk menjawab perumusan masalah sebagaimana telah diungkapkan pada bab sebelumnya terkait. Hasil penelitiannya antara lain adalah sebagai berikut ini:

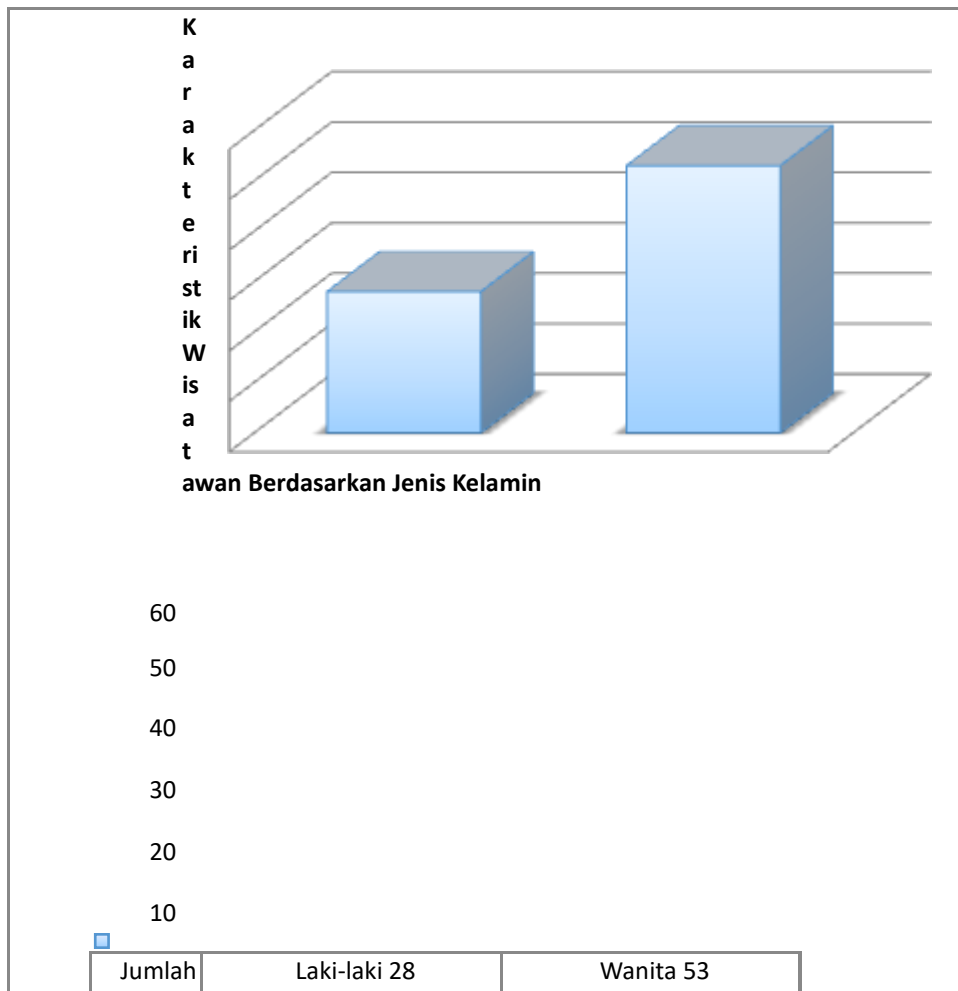
4.2.1 Karakteristik Wisatawan di Kota Bandung

Karakteristik wisatawan yang diambil oleh peneliti dalam hal ini berasal dari wisatawan yang pernah menginap di hotel budget. Jumlah dari wisatawan yang diambil sebagai sampel adalah 81 wisatawan dimana hal ini sesuai dengan

rumus her. Dari 81 wisatawan tersebut kemudian peneliti melakukan penjabaran karakteristiknya mulai dari jenis kelamin, usia, pekerjaan, dan pendapatan. Tujuan dari penelitian ini ialah untuk mengetahui faktor-faktor yang dipilih oleh wisatawan ketika melakukan pemilihan hotel budget mengacu pada beberapa indikator yang antara lain adalah 1) lokasi; 2) harga; 3) fasilitas; 4) keamanan; 5) reservasi.

4.2.2 Karakteristik Wisatawan Berdasarkan Jenis Kelamin

Mengacu pada pengolahan data dari 81 kuesioner menggambarkan bahwasannya karakteristik wisatawan mengacu pada jenis kelamin ialah sebagai berikut:



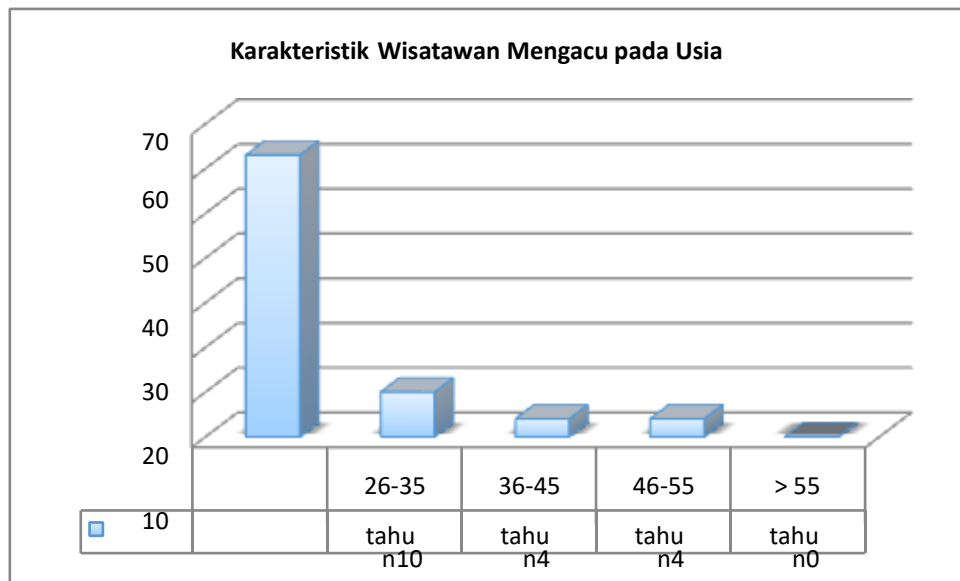
Gambar 4.2 Karakteristik Wisatawan Berdasarkan Jenis Kelamin

Sumber: Olahan Data Peneliti (2023).

Mengacu pada hasil penelitian yang dilakukan, maka ditemukan bahwa karakteristik wisatawan yang mengisi kuesioner didominasi oleh perempuan. Dalam hal ini setidaknya terdapat 65,4% berjenis kelamin perempuan sementara itu sisanya sebanyak 34,6% berjenis kelamin laki-laki. Hal ini setara dengan sebanyak 53 wisatawan berjenis kelamin perempuan sementara sisanya sebanyak 28 orang berjenis kelamin laki-laki.

4.2.3 Karakteristik Wisatawan Berdasarkan Usia

Hasil pengolahan data mengacu pada 81 kuesioner dalam hal ini memberikan gambaran terkait rentang usia. Dalam hal ini terdapat beberapa kategori usia yang ada antara lain adalah 1-25 tahun, 26-35 tahun, 36-45 tahun, 46-55 tahun, hingga lebih dari 55 tahun. Mengacu pada data kuesioner yang didapatkan dari 81 orang, maka ditemukan hasilnya adalah sebagai berikut:



Gambar 4.3 Karakteristik Wisatawan Mengacu pada Usia

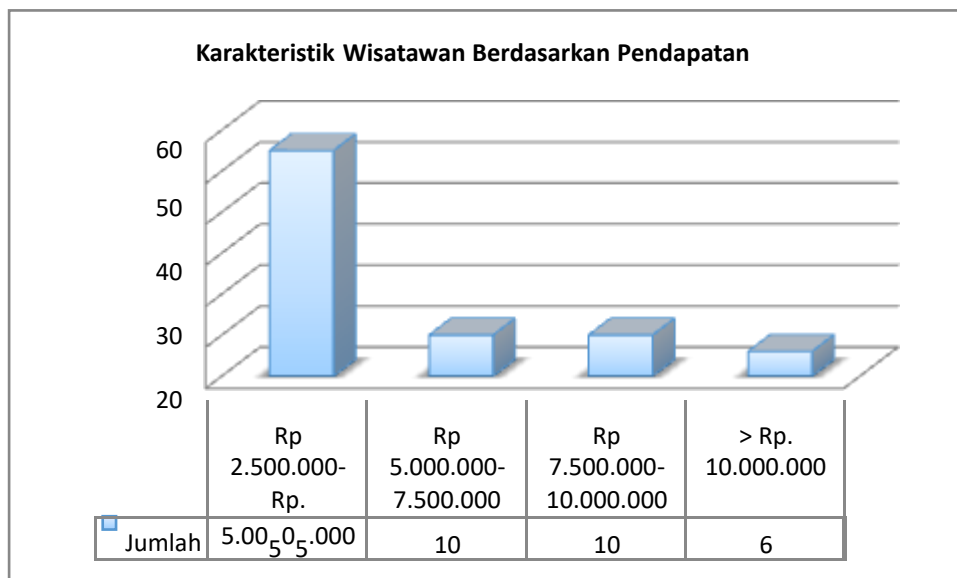
Sumber: Olahan Data Peneliti (2023).

Mengacu pada hasil olahan peneliti di gambar 17 bahwasannya dari 81 responden ditemukan sebagian besar wisatawan berada di usia kurang dari sama dengan 25 tahun dengan perolehan prosentase sebanyak 77,8%. Sementara itu, pada urutan kedua terdapat rentang usia berada pada 26 hingga 35 tahun. Sisanya adalah berada pada rentang usia 36-45 tahun dan juga 46-55 tahun sebanyak 9,9%. Dengan perolehan prosentase tersebut diketahui jumlah

wisatawan yang berada pada rentang usia kurang dari 25 tahun adalah sebanyak 63 orang. Sementara itu, wisatawan yang berada pada rentang usia 26-35 tahun sebanyak 10 orang dan sisa 8 orang lainnya berada di rentang usia 36-45 tahun dan juga 46-55 tahun.

4.2.4 Karakteristik Wisatawan Berdasarkan Pendapatan

Pendapatan dalam hal ini adalah gaji yang diterima oleh individu dalam sebulan. Mengacu pada data yang diambil dari 81 responden, bahwasannya terdapat berbagai rentang pendapatan yang didapatkan oleh wisatawan dalam sebulan. Dalam hal ini, peneliti melakukan pengklasifikasian pendapatan berdasarkan empat kategori antara lain adalah dalam rentang Rp 2.500.000-Rp. 5.000.000, dan berikutnya dalam rentang Rp 5.000.000- 7.500.000; yang ketiga yakni Rp 7.500.000-10.000.000, dan yang terakhir adalah yang lebih dari Rp. 10.000.000. Berdasarkan hasil olahan data kuesioner tersebut, ditemukan bahwasannya gaji atau pendapatan yang dimiliki oleh wisatawan responden antara lain adalah sebagai berikut:



Gambar 4.4 Karakteristik Wisatawan Berdasarkan Pendapatan

Sumber: Olahan Data Peneliti (2023).

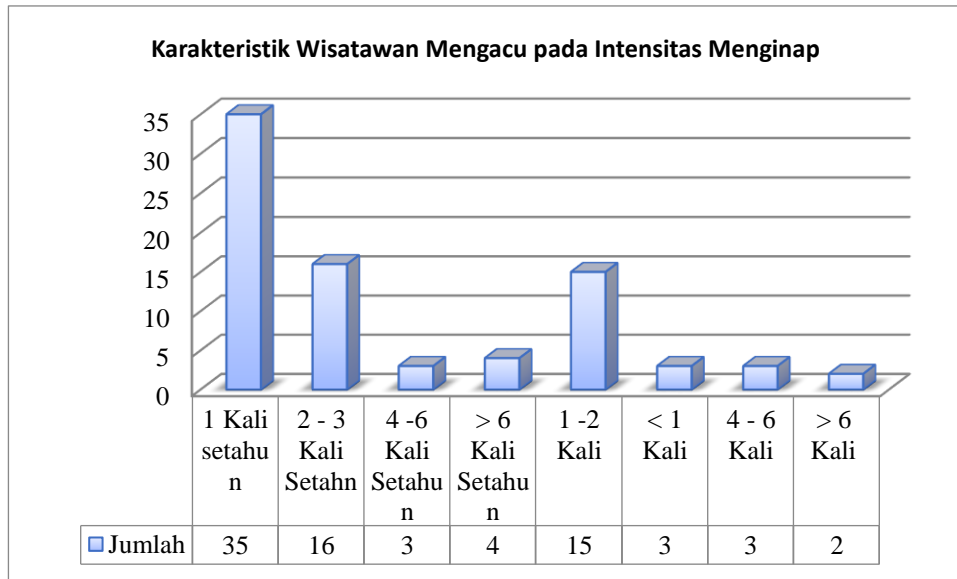
Mengacu pada data diatas, maka diketahui bahwasannya mayoritas dari wisatawan responden dalam hal ini berpendapatan dalam rentang Rp. 2.500.000 - 5.000.000 dengan prosentase perolehan sebanyak 67,9% atau dalam hal ini artinya sebanyak 55 orang dari 81 responden memiliki penghasilan dengan rentang tersebut. Kemudian, terdapat 12,3% wisatawan yang berpendapatan di rentang Rp. 7.500.000-Rp.10.000.000 dimana hal ini setara dengan 10 orang banyaknya. Hal ini juga sama dengan pendapatan diatas Rp. 10.000.000 juga mendapatkan perolehan prosentase 12,3% atau sama dengan 10 orang banyaknya. Sisanya adalah mereka yang berpendapatan di rentang Rp. 5.000.000 hingga Rp.7.500.000 dimana dalam hal ini persentasenya sebanyak 7,5% yakni sebanyak 6 orang.

4.2.5 Karakteristik Wisatawan Berdasarkan Pernah Tidaknya Menginap di Hotel Budget

Berdasarkan hasil penjarangan data dari 81 responden ditemukan data pernah atau tidaknya wisatawan dalam melakukan penginapan di hotel budget. Berdasarkan data yang diberikan, terdapat 72 responden yang pernah menginap di hotel budget, sementara 9 responden mengaku belum pernah menginap di hotel semacam itu. Hal ini menunjukkan bahwa mayoritas responden telah memiliki pengalaman menginap di hotel budget, sedangkan sejumlah kecil responden masih belum pernah melakukannya. Penginapan di hotel budget mungkin menjadi pilihan yang populer bagi sebagian besar responden, mungkin karena pertimbangan biaya atau kenyamanan yang mereka temukan di hotel semacam itu.

4.2.6 Karakteristik Wisatawan Berdasarkan Intensitas Menginap

Berikut merupakan data yang berhasil didapatkan mengacu pada intensitas menginap di hotel budget, antara lain adalah sebagai berikut:



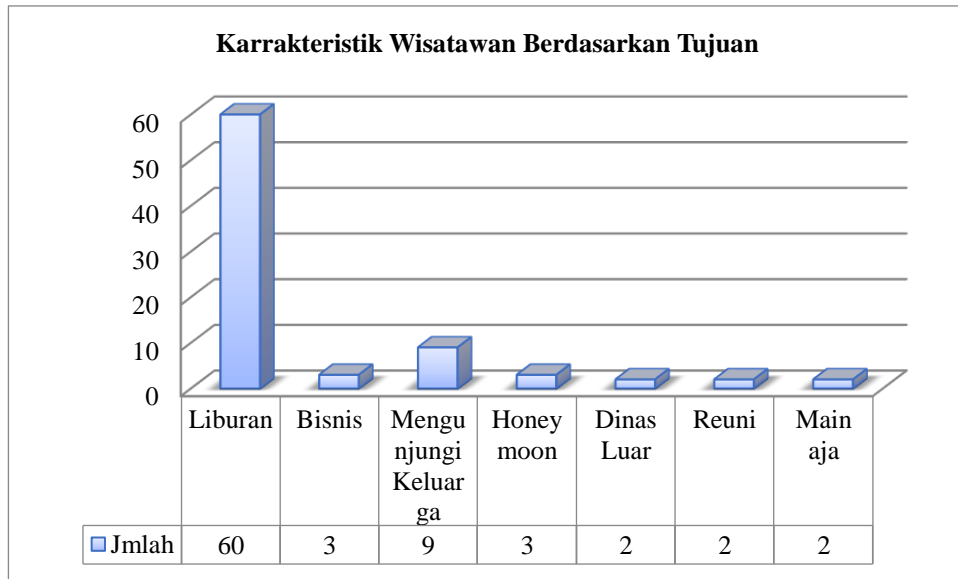
Gambar 4.5 Karakteristik Wisatawan Mengacu pada Intensitas Menginap

Sumber: Hasil Olahan Data Peneliti

Mengacu pada hasil olahan data dari responden diatas, maka ditemukan bahwasannya mayoritas wisatawan menginap di hotel budget sebanyak satu kali dalam setahun dimana dalam hal ini perolehan datanya ialah sebesar 43,2% atau dalam hal ini setara dengan sebanyak 35 orang. Sebanyak 18,5% dalam hal ini memiliki intensitas menginap sebanyak 1-2 kali dalam setahun dimana dalam hal ini setara dengan 15 orang. Sebanyak 19,8% memiliki intensitas menginap sebanyak 2-3 kali dimana ini setara dengan sebanyak 16 orang. Sisanya menginap di hotel budget lebih dari itu.

4.2.7 Karakteristik Wisatawan Berdasarkan Tujuan Menginap di Hotel Budget

Peneliti mengkategorikan beberapa pilihan ketika ingin mendapatkan data terhadap tujuan wisatawan menginap di hotel budget. Tujuan tersebut antara lain adalah: liburan, bisnis, mengunjungi kerabat atau keluarga, honeymoon, tidak pernah berkunjung, dinas luar, reuni, serta main saja. Mengacu pada data yang diambil dari 81 responden, adalah sebagai berikut:



Gambar 4 6 Karakteristik Wisatawan Berdasarkan Tujuan

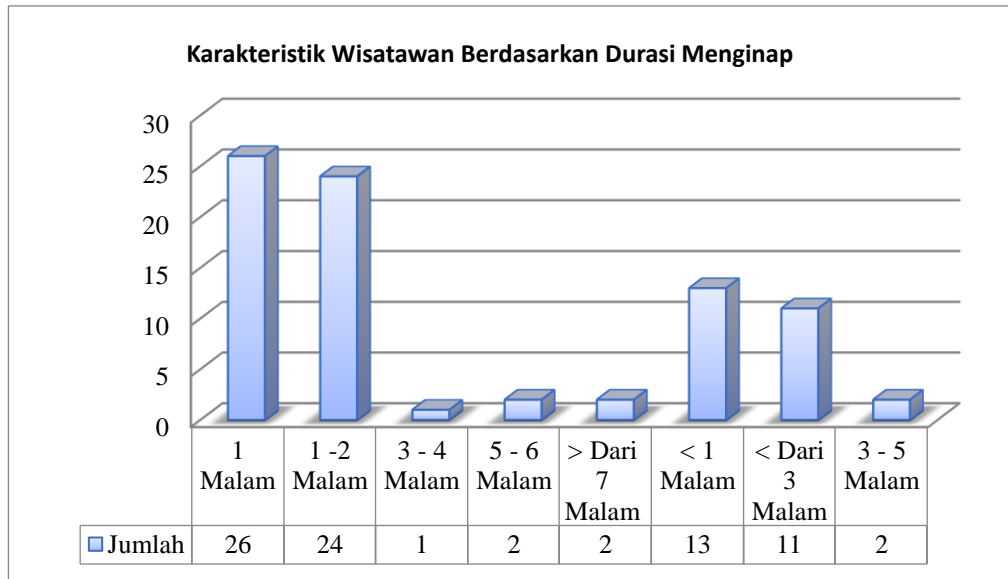
Sumber: Hasil Olahan Data Peneliti (2023).

Mengacu pada data sebagaimana terlampir pada gambar 21, ditemukan bahwasannya sebanyak 74,1% wisatawan menginap di hotel budget dengan tujuan untuk liburan, dimana hal ini setara dengan banyaknya orang sejumlah 60 orang.

Sementara itu sebanyak 11,1% merupakan orang yang menginap di hotel budget dengan tujuan untuk melakukan kunjungan kepada saudara. Sisanya yakni sebanyak 14,8% memiliki tujuan lainnya sebagaimana kategori yang ada.

4.2.7 Karakteristik Wisatawan Berdasarkan Durasi Menginap

Peneliti mengkategorisasi wisatawan yang menginap di hotel budget mengacu pada durasi menginapnya. Dalam hal ini peneliti mengkategorikan menjadi beberapa kategori antara lain 1 malam, 1-2 malam, 3-4 malam, 5-6 malam, lebih dari 7 malam, kurang dari 1 malam, kurang dari 3 malam, dan 3-5 malam. Kemudian ditemukan data sebagai berikut:



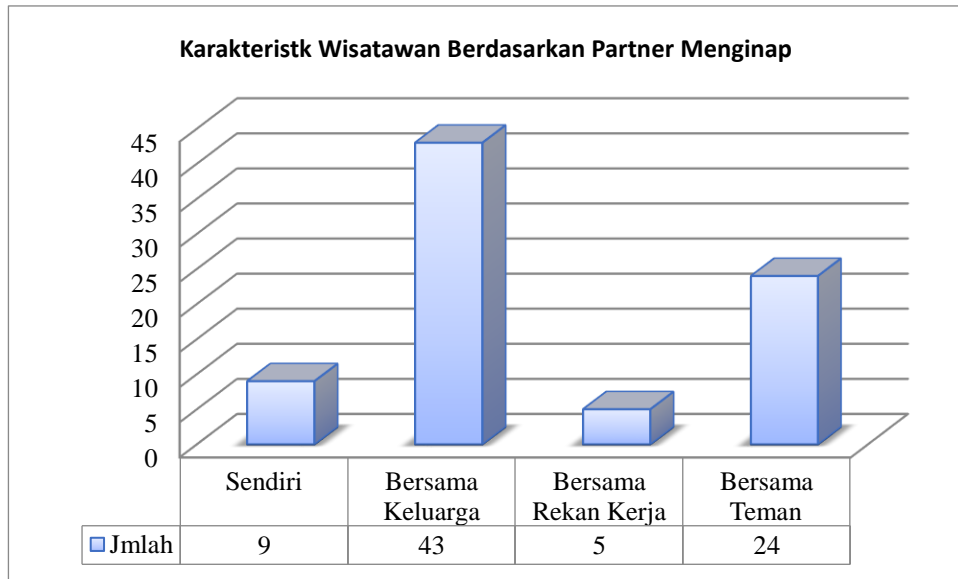
Gambar 4.7 Karakteristik Wisatawan Berdasarkan Durasi Menginap

Sumber: Olahan Data Peneliti (2023).

Mayoritas wisatawan yang menginap di hotel budget memilih kategori 1 malam untuk durasi menginap, dimana dalam hal ini sebanyak 32,1% atau setara dengan sejumlah 26 orang. Kategori terbanyak kedua dalam hal ini berada pada rentang 1-2 malam, dimana prosentasenya sebesar 29,6% atau setara dengan 24 orang. Sementara itu, prosentase berikutnya yakni berada di rentang kurang dari 3 malam dengan banyaknya 13,6% atau setara dengan 11 orang dan sebanyak 16% untuk yang hanya menginap di hotel budget dengan durasi satu malam saja atau vartinaya dari 81 responden, 13 orang. Sisanya, yakni sebesar 8,7% untuk kategori yang lainnya.

4.2.8 Karakteristik Wisatawan Berdasarkan Partner Menginap

Peneliti dalam hal ini juga melakukan pengkategorisasian wisatawan mengacu pada partner menginapnya, yang antara lain adalah sendiri, bersama keluarga, bersama rekan kerja, dan juga bersama teman. Data yang didapatkan adalah sebagai berikut:



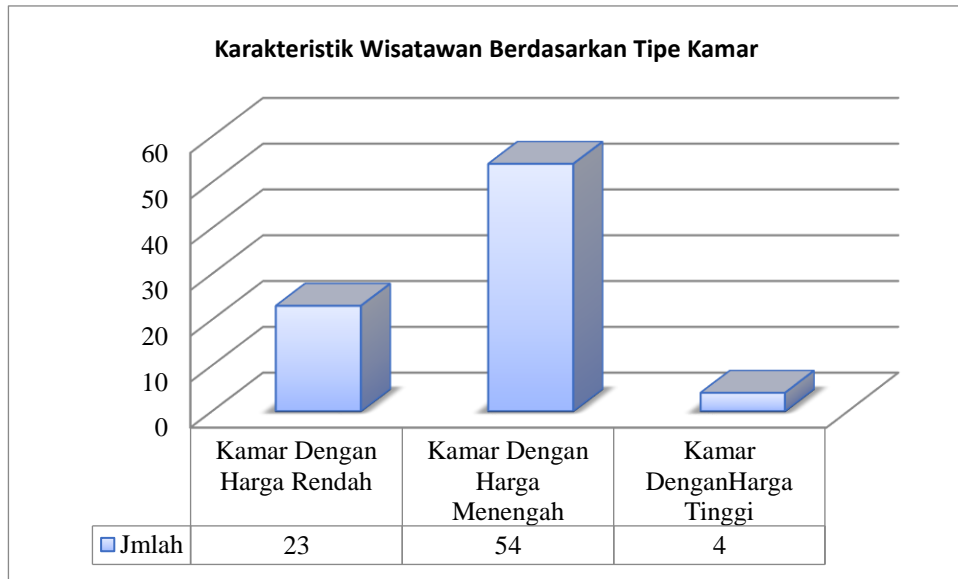
Gambar 4.8 Karakteristik Wisatawan Berdasarkan Partner Menginap

Sumber: Olahan Data Peneliti (2023)

Mengacu pada hasil di atas ditemukan bahwasannya mayoritas wisatawan menginap di hotel budget ini dengan keluarganya yakni sebanyak 53,1% atau 43 orang, dan urutan kedua adalah bersama teman 29,6% (24 orang), dan yang ketiga adalah sendiri (11,1%) yang mana dalam hal ini setara dengan 9 orang dan sisanya adalah bersama rekan kerja yakni sebanyak 9,8%.

4.2.9 Karakteristik Responden Berdasarkan Tipe Kamar

Peneliti juga mengkategorisasikan pengunjung atau wisatawan berdasarkan tipe kamar yang dipilih. Kategorinya dalam hal ini adalah kamar dengan harga rendah, kamar dengan harga menengah, dan juga kamar dengan harga tertinggi. Jawaban dari wisatawan antara lain adalah sebagai berikut:



Gambar 4.9 Karakteristik Wisatawan Berdasarkan Tipe Kamar

Sumber: Olahan Data Peneliti (2023).

Mengacu pada hasil penelitian diatas, ditemukan bahwa sebagian besar wisatawan memilih tipe kamar hotel budget dengan harga menengah yakni sebanyak 66,7% atau setara dengan 54 orang wisatawan dari 81 responden. Sementara itu, sebanyak 28,4% orang memilih tipe kamar berdasarkan harga terendah atau setara dengan 23 orang dan sisanya memilih harga kamar tertinggi.

4.3 Faktor-Faktor yang Mempengaruhi Wisatawan dalam Pemilihan Hotel Budget di Bandung Tahun 2023

Pada bagian ini, maka peneliti akan melakukan penjabaran terkait hasil penelitian lewat survey berbentuk kuesioner yang telah dilaksanakan pada 81 wisawatan. Guna mengetahui hal ini, maka peneliti menggunakan beberapa indikator antara lain adalah lokasi, harga, fasilitas, keamanan, dan juga reservasi. Selanjutnya, mengacu pada berbagai faktor tersebut akhirnya nanti diharapkan mampu melahirkan suatu konklusi atau kesimpulan terkait bagaimana faktor-faktor yang mempengaruhi wisatawan dalam melakukan pemilihan pada hotel budget di Kota Bandung sebagaimana hal ini diangkat sebagai topik penelitian bagi peneliti.

4.3.1 Lokasi

Lokasi merupakan posisi, atau tempat dimana keberadaan objek hal ini mengacu pada kondisi geografis. Lokasi pada bisnis hotel budget dalam hal ini berkaitan dengan aksesibilitasnya, strategis atau tidaknya, dan lain sebagainya. Dalam hal ini, peneliti berusaha mengetahui bagaimana wisatawan dalam menentukan lokasi berdasarkan kebutuhannya dalam memilih hotel budget. Beberapa pertanyaan yang dilampirkan dalam hal ini adalah berdasarkan strategis terhadap objek wisata disekitarnya, kemudahan dalam dijangkau transportasi umum, dan juga fasilitas pemenuhan kebutuhan sehari-hari. Data dibawah ini dihimpun berdasarkan 81 responden. Berikut adalah hasilnya:

Tabel 4.2 Hasil Responden Terkait Dimensi Lokasi

Dimensi Lokasi	Sangat tidak setuju		Tidak setuju		Cukup setuju		Setuju		Sangat setuju		% skor	Mean
	F	%	F	%	F	%	F	%	F	%		
Strategis dengan objek wisata	0	0%	0	0%	13	16%	12	15%	56	69%	33%	4,53
Mudah dijangkau dengan transportasi umum	0	0%	0	0%	16	20%	9	11%	56	69%	32%	4,49
Dekat dengan fasilitas pemenuhan kebutuhan rutin	0	0%	0	0%	6	7%	18	22%	57	70%	35%	4,85

Sumber: Penulis (2023)

Berdasarkan hasil kuesioner yang diajukan mengenai dimensi lokasi, terdapat tiga pernyataan yang ditujukan kepada responden. Pernyataan pertama menyebutkan bahwa responden memilih lokasi Hotel Budget yang sangat strategis dengan berbagai objek wisata disekitarnya. Dalam hal ini, 84% dari total 81 responden menyatakan setuju atau sangat setuju dengan pernyataan ini, sementara 16% cukup setuju, dan tidak ada yang tidak setuju. Sehingga, dapat disimpulkan bahwa sebagian besar responden menyukai lokasi Hotel Budget yang dekat dengan objek wisata.

Pernyataan kedua menyatakan bahwa responden memilih lokasi Hotel Budget yang mudah dijangkau menggunakan transportasi umum. Dalam hal ini, 69% dari total 81 responden menyatakan sangat setuju dengan pernyataan ini,

dan 11% responden menyatakan setuju, sedangkan 20% lainnya menyatakan cukup setuju. Tidak ada responden yang tidak setuju dengan pernyataan ini. Oleh karena itu, dapat disimpulkan bahwa mayoritas responden menginginkan lokasi Hotel Budget yang dapat dengan mudah diakses melalui transportasi umum.

Pernyataan ketiga mengemukakan bahwa responden memilih lokasi Hotel Budget yang dekat dengan fasilitas pemenuhan kebutuhan sehari-hari, seperti tempat makan, mini market, bandara, dan terminal. Dalam hal ini, 70% dari total 81 responden menyatakan sangat setuju dengan pernyataan ini, dan 22% responden menyatakan setuju, sedangkan 7% lainnya cukup setuju. Tidak ada responden yang tidak setuju dengan pernyataan ini. Oleh karena itu, dapat disimpulkan bahwa mayoritas responden menginginkan lokasi Hotel Budget yang dekat dengan fasilitas-fasilitas tersebut.

Secara keseluruhan, dari 81 responden yang memberikan jawaban terkait dimensi harga di Hotel Budget, mayoritas responden cenderung setuju atau sangat setuju dengan pernyataan-pernyataan tersebut. Persentase skor total untuk setiap pernyataan adalah 33% untuk pernyataan pertama, 32% untuk pernyataan kedua, dan 35% untuk pernyataan ketiga. Total skor keseluruhan dari seluruh responden adalah 1124.

Dengan demikian, berdasarkan data tersebut, dapat disimpulkan bahwa responden cenderung memilih lokasi Hotel Budget yang strategis dengan berbagai objek wisata di sekitarnya, mudah dijangkau menggunakan transportasi umum, dan dekat dengan fasilitas pemenuhan kebutuhan sehari-hari.

4.3.2. Harga

Pembahasan pada bagian ini berfokus pada teori bauran pemasaran yang menitikberatkan pada faktor harga (Price). Dalam konteks ini, terdapat tiga pertanyaan yang mengacu pada harga hotel budget di kota Bandung. Pertanyaan pertama adalah sejauh mana harga hotel budget terjangkau dibandingkan dengan hotel lain. Pertanyaan kedua adalah apakah harga hotel budget sebanding dengan fasilitas kamar yang disediakan. Terakhir, pertanyaan ketiga adalah

apakah harga hotel budget sesuai dengan pelayanan yang diberikan. Sebanyak 81 responden yang pernah menginap di hotel budget telah memberikan tanggapan terhadap pertanyaan-pertanyaan tersebut. Data yang dikumpulkan dan diolah oleh penulis adalah sebagai berikut:

Tabel 4.3 Hasil Responden Mengenai Harga

Dimensi Harga	Sangat tidak setuju		Tidak setuju		Cukup setuju		Setuju		Sangat setuju		% skor	Mean
	F	%	F	%	F	%	F	%	F	%		
Harga Hotel Budget sangat terjangkau	0	0	0	0	10	12%	16	20%	55	68%	33%	4,56
Harga kamar yang ada di Hotel Budget sesuai dengan fasilitas	0	0	0	0	13	16%	12	15%	56	69%	34%	4,68
Harga yang ditawarkan sesuai dengan pelayanan	0	0	0	0	8	10%	16	20%	57	70%	33%	4,60

Sumber: Penulis (2023)

Berdasarkan data yang diperoleh, terdapat tiga pernyataan mengenai dimensi harga dalam konteks Hotel Budget. Pada pernyataan pertama, yang menyatakan bahwa harga Hotel Budget sangat terjangkau dibandingkan dengan harga hotel lain, terdapat 81 responden yang memberikan jawaban. Dalam hal ini, 55 responden atau sekitar 68% dari total responden menyatakan sangat setuju terhadap pernyataan tersebut, dan 20% responden menyatakan setuju, sedangkan 12% lainnya cukup setuju. Sebaliknya, tidak ada responden yang sangat tidak setuju atau tidak setuju terhadap pernyataan tersebut.

Pada pernyataan kedua, yang menyatakan bahwa harga kamar di Hotel Budget sesuai dengan fasilitas yang disediakan, terdapat 81 responden yang memberikan jawaban. Dalam hal ini, 56 responden atau sekitar 69% dari total responden menyatakan sangat setuju terhadap pernyataan tersebut, dan 15% responden menyatakan setuju, sedangkan 7% lainnya cukup setuju. Tidak ada responden yang sangat tidak setuju atau tidak setuju terhadap pernyataan tersebut.

Pada pernyataan ketiga, yang menyatakan bahwa harga yang ditawarkan di Hotel Budget sesuai dengan pelayanan yang baik, terdapat 81 responden yang memberikan jawaban. Dalam hal ini, 57 responden atau sekitar 70% dari total responden menyatakan sangat setuju terhadap pernyataan tersebut, dan 20% responden menyatakan setuju, sedangkan 10% lainnya cukup setuju. Tidak ada responden yang sangat tidak setuju atau tidak setuju terhadap pernyataan tersebut.

Secara keseluruhan, dari 81 responden yang memberikan jawaban terkait dimensi harga di Hotel Budget, mayoritas responden cenderung setuju atau sangat setuju dengan pernyataan-pernyataan tersebut. Persentase skor total untuk setiap pernyataan adalah 33% untuk pernyataan pertama, 34% untuk pernyataan kedua, dan 33% untuk pernyataan ketiga. Total skor keseluruhan dari seluruh responden adalah 1121.

Dengan demikian, berdasarkan data tersebut, dapat disimpulkan bahwa mayoritas responden merasa bahwa harga Hotel Budget sangat terjangkau dibandingkan dengan harga hotel lain, harga kamar di Hotel Budget sesuai dengan fasilitas yang disediakan, dan harga yang ditawarkan di Hotel Budget sesuai dengan pelayanan yang baik.

4.3.3. Fasilitas

Pembahasan pada bagian ini berfokus pada penunjang fasilitas dalam menentukan pilihan konsumen terhadap Hotel Budget. Pernyataan pertama adalah tentang ketersediaan fasilitas air panas. Peneliti ingin mengetahui apakah fasilitas air panas tersedia di tempat yang Anda kunjungi. Pernyataan kedua berkaitan dengan adanya ruang makan sebagai fasilitas penunjang tamu. Peneliti ingin mengetahui apakah tempat tersebut menyediakan ruang makan yang dapat digunakan oleh para tamu. Pernyataan terakhir adalah mengenai adanya fasilitas parkir yang memadai. Peneliti ingin mengetahui apakah tersedia fasilitas parkir yang cukup bagi para pengunjung. Sebanyak 81 responden yang pernah menginap di hotel budget telah memberikan tanggapan terhadap pertanyaan-pertanyaan tersebut. Data yang dikumpulkan dan diolah oleh penulis adalah sebagai berikut:

Tabel 4.4 Hasil Responden Mengenai Fasilitas

Dimensi Fasilitas	Sangat tidak setuju		Tidak setuju		Cukup setuju		Setuju		Sangat setuju		% skor	Mean
	F	%	F	%	F	%	F	%	F	%		
Fasilitas air panas	0	0	0	0	16	20%	13	16%	52	64%	32%	4,44
Ruang makan	0	0	0	0	6	7%	15	19%	60	74%	34%	4,67
Lapangan parkir yang memadai	0	0	0	0	12	15%	14	17%	55	68%	33%	4,53

Sumber: Peneliti (2023)

Berdasarkan data hasil jawaban dari 81 responden terkait dimensi fasilitas pertama yang berkaitan dengan ketersediaan fasilitas air panas, ditemukan bahwa tidak ada responden yang menyatakan sangat tidak setuju atau tidak setuju

terhadap pernyataan tersebut. Sebanyak 16 responden atau sekitar 20% menyatakan cukup setuju, 13 responden atau sekitar 16% menyatakan setuju, dan mayoritas, yaitu 52 responden atau sekitar 64%, menyatakan sangat setuju terhadap ketersediaan fasilitas air panas. Total skor persentase untuk dimensi ini adalah 360 atau sekitar 32%.

Dalam dimensi fasilitas kedua, yang berkaitan dengan adanya ruang makan sebagai fasilitas penunjang tamu, seluruh 81 responden memberikan jawaban. Tidak ada responden yang menyatakan sangat tidak setuju atau tidak setuju terhadap pernyataan tersebut. Terdapat 6 responden atau sekitar 7% yang menyatakan cukup setuju, 15 responden atau sekitar 19% menyatakan setuju, dan mayoritas, yaitu 60 responden atau sekitar 74%, menyatakan sangat setuju terhadap adanya ruang makan sebagai fasilitas penunjang tamu. Total skor persentase untuk dimensi ini adalah 378 atau sekitar 34%.

Sementara itu, dalam dimensi fasilitas ketiga yang berkaitan dengan adanya fasilitas parkir yang memadai, seluruh 81 responden juga memberikan jawaban. Tidak ada responden yang menyatakan sangat tidak setuju atau tidak setuju

terhadap pernyataan tersebut. Terdapat 12 responden atau sekitar 15% yang menyatakan cukup setuju, 14 responden atau sekitar 17% menyatakan setuju, dan mayoritas, yaitu 55 responden atau sekitar 68%, menyatakan sangat setuju terhadap adanya fasilitas parkir yang memadai. Total skor persentase untuk dimensi ini adalah 367 atau sekitar 33%.

Dengan demikian, berdasarkan data tersebut, dapat disimpulkan bahwa mayoritas responden menyatakan setuju atau sangat setuju terhadap ketiga dimensi fasilitas yang diajukan, yaitu tersedia fasilitas air panas, adanya ruang makan sebagai fasilitas penunjang tamu, dan adanya fasilitas parkir yang memadai.

4.3.4. Keamanan

Keamanan pada bisnis hotel budget sangat penting sebagai faktor penentu pemilihan hotel budget bagi konsumen. Peneliti berusaha untuk memahami bagaimana wisatawan memilih lokasi berdasarkan kebutuhan mereka dalam memilih hotel budget. Beberapa pertanyaan yang diajukan dalam penelitian ini berkaitan dengan hal keamanan, beberapa dimensi yang menjadi pertimbangan adalah Apakah tamu merasa aman karena privasi mereka terjaga selama menginap, hotel budget ini memiliki petugas keamanan (security) yang bertugas untuk menjaga keamanan tamu, dan terdapat akses kunci yang memadai dan dapat berfungsi dengan baik. Data yang dikumpulkan dari 81 responden akan memberikan wawasan tentang bagaimana faktor keamanan ini memengaruhi pemilihan lokasi hotel budget oleh para wisatawan. Data yang dikumpulkan dan diolah oleh penulis adalah sebagai berikut:

Tabel 4.5 Hasil Responden Mengenai Keamanan

Dimensi Keamanan	Sangat tidak setuju		Tidak setuju		Cukup setuju		Setuju		Sangat setuju		% skor	Mean
	F	%	F	%	F	%	F	%	F	%		
Rasa aman selama menginap	0	0%	0	0%	12	15%	15	19%	54	67%	33%	4,52

Petugas keamanan	0	0%	0	0%	4	5%	17	21%	60	74%	34%	4,69
Fasilitas keamanan yang sesuai standar	0	0%	0	0%	17	21%	10	12%	54	67%	32%	4,46

Sumber: Penulis (2023)

Berdasarkan data hasil jawaban dari 81 responden terkait dimensi keamanan yang diajukan dalam kuesioner, dapat disimpulkan bahwa terdapat tiga pernyataan yang menjadi fokus dalam penelitian ini. Pernyataan pertama adalah mengenai tamu yang merasa aman karena privasi mereka terjaga selama menginap di hotel. Hasilnya menunjukkan bahwa 54 responden atau sekitar 67% menyatakan sangat setuju dengan pernyataan ini, dan 19% responden menyatakan setuju, sedangkan 12 responden atau sekitar 15% menyatakan cukup setuju. Tidak ada responden yang menyatakan tidak setuju atau sangat tidak setuju terhadap pernyataan ini.

Pernyataan kedua adalah tentang keberadaan petugas keamanan di Hotel Budget. Data menunjukkan bahwa 60 responden atau sekitar 74% menyatakan sangat setuju dengan adanya petugas keamanan tersebut, dan 17 responden atau sekitar 21% menyatakan setuju, sedangkan 4 responden atau sekitar 5% menyatakan cukup setuju.. Seperti pada pernyataan sebelumnya, tidak ada responden yang menyatakan tidak setuju atau sangat tidak setuju terhadap pernyataan ini.

Pernyataan ketiga berkaitan dengan ketersediaan akses kunci yang memadai dan dapat berfungsi di kamar yang ditempati oleh tamu. Hasilnya menunjukkan bahwa 54 responden atau sekitar 67% menyatakan sangat setuju dengan pernyataan ini, dan 10 responden atau sekitar 12% menyatakan setuju, sedangkan 17 responden atau sekitar 21% menyatakan cukup setuju. . Tidak ada responden yang menyatakan tidak setuju atau sangat tidak setuju terhadap pernyataan ini.

Dalam total keseluruhan, terdapat 366 total skor responden atau sekitar 33% dari total keseluruhan responden yang mengisi kuesioner dengan mengacu pada pernyataan pertama, 380 responden atau sekitar 34% yang mengacu pada pernyataan kedua, dan 361 responden atau sekitar 32% yang mengacu pada pernyataan ketiga. Data ini memberikan gambaran tentang persepsi responden terhadap dimensi keamanan yang diajukan dalam kuesioner.

Dengan demikian, dapat disimpulkan bahwa mayoritas responden merasa privasi mereka terjaga selama menginap, mengakui keberadaan petugas keamanan, dan puas dengan ketersediaan akses kunci yang memadai di kamar hotel. Hal ini menunjukkan bahwa hotel telah berhasil mencapai tingkat keamanan yang memuaskan bagi responden yang telah menginap di Hotel Budget.

4.3.5. Reservasi

Reservasi pada bisnis hotel budget sangat penting sebagai faktor penentu pemilihan hotel budget bagi konsumen dalam rangka pemudahan pemesanan atau booking. Peneliti berusaha untuk memahami bagaimana wisatawan memilih lokasi berdasarkan kebutuhan mereka dalam memilih hotel budget. Beberapa pertanyaan yang diajukan dalam penelitian ini berkaitan dengan hal reservasi, beberapa pernyataan yang menjadi pertimbangan adalah konsumen memilih Hotel Budget karena bisa dipesan secara online, mudah dipesan melalui media online, dan ketersediaan saat reservasi dilakukan (H-1 hingga hari H). Data yang dikumpulkan dari 81 responden akan memberikan wawasan tentang bagaimana faktor keamanan ini memengaruhi pemilihan lokasi hotel budget oleh para wisatawan. Data yang dikumpulkan dan diolah oleh penulis adalah sebagai berikut:

Tabel 4.6 Hasil Responden Tentang Reservasi

Dimensi Reservasi	Sangat tidak setuju		Tidak setuju		Cukup setuju		Setuju		Sangat setuju		% skor	Mean
	F	%	F	%	F	%	F	%	F	%		

Dapat dilakukan reservasi secara online	0	0%	0	0%	12	15%	15	19%	57	70%	34%	4,70
Proses reservasi dapat dilakukan dengan mudah	0	0%	0	0%	9	11%	16	20%	56	69%	33%	4,58
Dapat direservasi secara dadakan (h-1)	0	0%	0	0%	5	6%	22	27%	54	67%	33%	4,60

Sumber: Penulis (2023)

Berdasarkan kuesioner yang diajukan kepada 81 responden, terdapat tiga pernyataan yang diajukan. Pernyataan pertama adalah "Anda memilih Hotel Budget karena bisa direservasi secara online." Hasilnya menunjukkan bahwa tidak ada responden yang sangat tidak setuju atau tidak setuju terhadap pernyataan ini.

Sebanyak 12 responden (15%) cukup setuju, 15 responden (19%) setuju, dan 57 responden (70%) sangat setuju. Jadi, secara total, dimensi ini memperoleh skor sebesar 381 atau 34%.

Dimensi kedua adalah "Anda memilih hotel budget karena mudah direservasi melalui media online." Dalam hal ini, tidak ada responden yang sangat tidak setuju atau tidak setuju. Sebanyak 9 responden (11%) cukup setuju, 16 responden (20%) setuju, dan 56 responden (69%) sangat setuju. Secara total, dimensi ini memperoleh skor sebesar 371 atau 33%.

Terakhir, dimensi ketiga adalah "Anda memilih hotel budget selalu bersedia saat reservasi dilakukan (H-1 hingga hari H)." Hasilnya menunjukkan bahwa tidak ada responden yang sangat tidak setuju atau tidak setuju. Sebanyak 5 responden (6%) cukup setuju, 22 responden (27%) setuju, dan 54 responden (67%) sangat setuju terhadap pernyataan ini. Secara total, dimensi ini memperoleh skor sebesar 373 atau 33%.

berdasarkan data tersebut, dapat dilihat bahwa dimensi reservasi yang paling tinggi skornya adalah dimensi pertama, diikuti oleh dimensi ketiga, dan terakhir dimensi kedua. Hal ini menunjukkan bahwa mayoritas responden sangat setuju atau setuju dengan pernyataan mengenai kemudahan reservasi secara online pada hotel budget.

Secara keseluruhan, dapat disimpulkan bahwa faktor-faktor seperti kemampuan reservasi online, kemudahan dalam melakukan reservasi melalui media online, dan ketersediaan hotel budget saat melakukan reservasi adalah aspek-aspek yang penting bagi responden dalam memilih hotel.

Tabel 4.7 Rekapitulasi Faktor yang Mempengaruhi Wisatawan dalam Pemilihan Hotel Budget di Kota Bandung

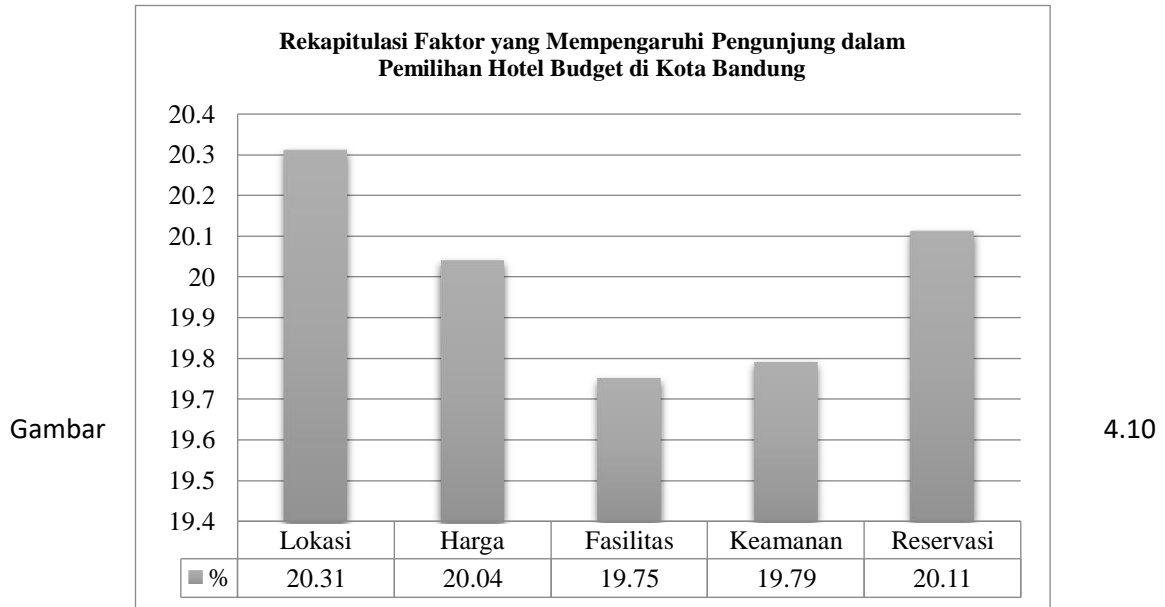
no	Faktor	Total Skor	Skor Rata-rata	%
1	Lokasi	1124	374,67	0,2014
2	Harga	1121	373,67	0,2008
3	Fasilitas	1105	368,33	0,1980
4	Keamanan	1107	369	0,1983
5	Reservasi	1125	375	0,2015
Total		5582	1860,67	1,00

Sumber: Penulis (2023)

Berdasarkan Tabel 4.12 menunjukkan bahwa faktor yang memperoleh skor tertinggi adalah faktor Reservasi yang memudahkan pelanggan memesan atau membooking Hotel Budget dan diiringi oleh faktor Lokasi 20.14%. Faktor lokasi menjadi faktor tertinggi karena pengunjung lebih mengutamakan posisi lokasi yang strategis terhadap objek wisata disekitarnya, kemudahan dalam dijangkau transportasi umum, dan juga fasilitas pemenuhan kebutuhan sehari-hari. Selain itu dalam faktor lokasi, rata-rata hotel budget telah mempertimbangkan lokasi yang strategis untuk menunjang dan mendukung aksesibilitas pengunjung atau tamu dengan lokasi penunjang kegiatan seperti dekat dengan tempat umum dan mudahnya akses transportasi di lokasi pendirian Hotel Budget.

Hasil penelitian ini sejalan dengan penelitian yang dilakukan oleh Ginting, R. S., & Amalia, A. (2023) lokasi mempengaruhi faktor yang sangat penting dalam pemilihan tempat menginap oleh konsumen Hotel Budget, karena penetapan lokasi yang baik memberikan nilai tambah bagi suatu bisnis. Penetapan tepat yang tepat tentunya akan menimbulkan keuntungan bagi Hotel dan nilai nilai tambah tersendiri bagi pengunjung.

Penilaian terrenda adalah pada faktor fasilitas dengan 19.81% hal ini dikarenakan wisatawan yang menginap di hotel budget kurang puas dengan fasilitas yang ada namun tingkat persentase skor tidak memiliki rentang yang sangat signifikan dengan dimensi-dimensi lainyaberkisar antara 19% - 20%. Berdasarkan uraian tersebut, maka dapat di lihat pada diagram batang dibawah ini:



Rekapitulasi Faktor yang Mempengaruhi Pengunjung dalam Pemilihan Hotel Budget di Kota Bandung
 Sumber: Penulis (2023)

Secara keseluruhan variable faktor-faktor yang mempengaruhi dalam pemilihan hotel budget di kota Bandung yaitu dapat diketahui kedudukannya berdasarkan skor yang di dapat berdasarkan data dari Tabel 4.12, dimana penelitian ini menggunakan teknik analisis data statistik dengan menggunakan kuesioner dengan sistem perhitungan menggunakan skala likert dengan pertama kali yang dilakukan adalah mencari nilai tertinggi, nilai terenda serta rentang skala sebagai batasan yang selanjutnya dapat digambarkan dalam sebuah garis kontinum. Rumus untuk mencari nilai tertinggi, nilai terendah dan rentang skala, sebagai berikut :

Mencari skor ideal:

Skor tertinggi : Skor tertinggi x jumlah pertanyaan x jumlah responden

Skor tertinggi = 5 X 15 X 81 = 607

Mencari skor terendah:

Skor terendah: Skor terendah x jumlah pertanyaan x jumlah responden

$$\text{Skor terendah: } 1 \times 15 \times 81 = 1215$$

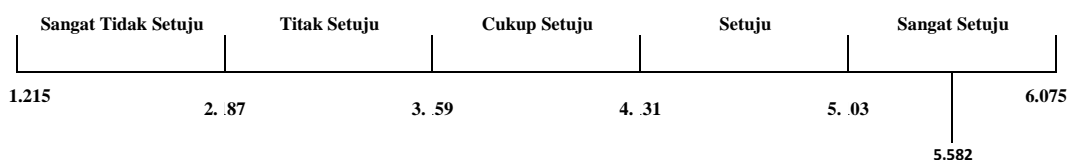
$$\text{Rentang Skala} = (\text{Skor tertinggi} - \text{Skor terendah}) / 5$$

$$\begin{aligned} \text{Rentang Skala} &= (6075 - 1215) / 5 \\ &= 972 \end{aligned}$$

Berdasarkan jumlah skor hasil pengumpulan data faktor-faktor yang mempengaruhi dalam pemilihan hotel budget di kota Bandung yaitu 5.594 dilihat dari Tabel 4.12 dengan demikian maka faktor yang mempengaruhi pengunjung dalam pemilihan hotel budget di kota Bandung menurut persepsi 81 responden adalah $(5.594 : 6.075) \times 100 = 92\%$. Hasil ini secara kontinum dapat di buat kategori sebagai berikut:

Garis Kontinum Rekapitulasi Faktor-faktor yang

Mempengaruhi dalam Pemilihan Hotel Budget di Kota Bandung



Merujuk kepada data yang diperoleh dari penilaian responden tentang faktor-faktor yang mempengaruhi dalam pemilihan hotel budget di kota Bandung, nilai keseluruhan yang diperoleh yaitu berjumlah 5.594 yang masuk ke dalam skala “Sangat Setuju”. Artinya, responden menyatakan faktor pemilihan Hotel Budget telah menawarkan lokasi (place) , Harga (price) , Fasilitas, Keamanan , dan Reservasi dengan baik.

4.3.6 Faktor-Faktor yang Mempengaruhi Wsatwan Dalam Memilih Hotel

□ Measure of Sampling Adequacy (MSA)

Measure of Sampling Adequacy (MSA) digunakan untuk mengetahui apakah variabel sudah memadai untuk dianalisis lebih lanjut. Nilai ini dapat dilihat pada nilai anti-image

correlationmatriks. Jika nilai MSA lebih besar dari 0,5 maka variabel tersebut sudah memadai untuk dianalisis lebih lanjut. Apabila terdapat nilai MSA dari variabel-variabel awal yang kurang dari 0,5 harus dikeluarkan satu per satu dari analisis, diurutkan dari variabel yang nilai MSAnya terkecil dan tidak digunakan lagi dalam analisis selanjutnya, dalam analisis ini dilakukan empat kali reduction data dikarenakan masih ada indikator yang mempunyai nilai anti-image correlationmatriks kurang dari 0,5. Dari hasil output menggunakan SPSS 20 diperoleh nilai MSA sebagai berikut:

Tbel 4.13 Nilai Measure of Sampling Adequacy (MSA)

Lokasi 1	,645 ^a
Lokasi 3	,526 ^a
Harga 1	,510 ^a
Harga 2	,559 ^a
Harga 3	,569 ^a
Fasilitas 1	,588 ^a
Fasilitas 2	,686 ^a
Keamanan 2	,714 ^a
Keamanan 3	,608 ^a
Reservasi 3	,597 ^a

Sumber: Data primer diolah

Melalui output SPSS 10 dapat dilihat bahwa 8 variabel masing-masing mempunyai nilai MSA lebih dari 0,5. Sehingga dapat disimpulkan bahwa variabel sudah memadai untuk dianalisis lebih lanjut.

□ Kaiser-Meyer-Olkin (KMO) Measure of Sampling Adequacy and Bartlett's Test

Pengujian kecukupan sampel melalui indeks KaiserMeyer-Olkin (KMO) Measure of Sampling Adequacy dan nilai signifikansi Bartlett's Test of Sphericity. Indeks ini digunakan untuk meneliti ketepatan penggunaan analisis faktor. Apabila nilai KMO antara 0,5 sampai 1 dan signifikansi Bartlett's Test of Sphericity ini kurang dari level signifikansi (α) yang digunakan dapat diartikan bahwa analisis faktor tepat digunakan. Dari output SPSS 26 diperoleh nilai KMO sebesar 0,598 dan nilai signifikansi Bartlett's Test of Sphericitynya adalah 0,000 sehingga dapat disimpulkan bahwa analisis faktor tepat digunakan untuk menyederhanakan kumpulan 10 indikator tersebut. Berikut ini adalah tabel 4.14 Hasil KMO dan Bartlett's Test of Sphericity.

Tabel 4.14 Hasil KMO and Bartlett's Test

KMO and Bartlett's Test		
Kaiser-Meyer-Olkin Measure of Sampling Adequacy.		,598
Bartlett's Test of Sphericity	Approx. Chi-Square	125,425
	df	45
	Sig.	,000

Sumber: Data primer diolah

□ Penentuan jumlah faktor

Jumlah faktor yang akan dibentuk ditentukan dengan melakukan kombinasi beberapa kriteria untuk mendapatkan jumlah faktor yang paling sesuai dengan data penelitian. Tabel 4.15 Total Variance Explained

Total Variance Explained						
Component	Initial Eigenvalues			Extraction Sums of Squared Loadings		
	Total	% of Variance	Cumulative %	Total	% of Variance	Cumulative %
1	2,215	22,152	22,152	2,215	22,152	22,152
2	1,854	18,538	40,690	1,854	18,538	40,690
3	1,356	13,556	54,246	1,356	13,556	54,246
4	1,040	10,403	64,649	1,040	10,403	64,649
5	0,805	8,052	72,701			
6	0,755	7,551	80,252			
7	0,648	6,482	86,734			
8	0,520	5,199	91,933			
9	0,442	4,419	96,352			
10	0,365	3,648	100,000			

Extraction Method: Principal Component Analysis.

Sumber: Data primer diolah

Kriteria pertama yang digunakan adalah nilai eigen. Faktor yang mempunyai nilai eigen lebih dari 1 akan dipertahankan dan faktor yang mempunyai nilai eigen kurang dari 1 tidak akan diikutsertakan dalam model. Dari tabel diatas diperoleh nilai eigen yang lebih besar dari 1 dengan kriteria ini diperoleh jumlah faktor yang digunakan adalah 4 faktor.

Kriteria kedua adalah penentuan berdasarkan nilai persentase variansi total yang dapat dijelaskan oleh banyaknya faktor yang akan dibentuk. Dari tabel diatas dapat dilakukan interpretasi yang berkaitan dengan variansi total kumulatif sampel. Jika variabel-variabel itu diringkas menjadi beberapa faktor, maka nilai total variansi yang dapat dijelaskan adalah sebagai berikut.

- a) Jika ke-10 Indikator diekstraksi menjadi 1 faktor, diperoleh variansi total yang dapat dijelaskan adalah $2,215/10 \times 100\% = 22,152\%$.
- b) Jika ke-10 Indikator diekstraksi menjadi 2 faktor, diperoleh variansi total yang dapat dijelaskan adalah $1,854/10 \times 100\% = 18,538\%$, dan variansi total kumulatif untuk 2 faktor adalah $22,152\% + 18,538\% = 40,690\%$
- c) Jika ke-10 Indikator diekstraksi menjadi 3 faktor, diperoleh variansi total yang dapat dijelaskan adalah $1,356/10 \times 100\% = 13,556\%$, dan variansi total kumulatif untuk 3 faktor adalah $22,152\% + 18,538\% + 13,556\% = 54,246\%$
- d) Jika ke-10 Indikator diekstraksi menjadi 4 faktor, diperoleh variansi total yang dapat dijelaskan adalah $1,040/10 \times 100\% = 10,403\%$, dan variansi total kumulatif untuk 4 faktor adalah $22,152\% + 18,538\% + 13,556\% + 10,403\% = 64,649\%$

Dengan mengekstraksi variabel-variabel awal menjadi 4 faktor telah dihasilkan variansi total kumulatif yang cukup besar yaitu 64,649%, artinya dari 4 faktor yang terbentuk sudah dapat mewakili 10 variabel keputusan pemilihan hotel yang menjelaskan kira – kira sebesar 64,649% keputusan pemilihan hotel. Dengan demikian ekstraksi 4 faktor yang diperoleh telah dapat memenuhi kriteria kedua.

□ **Komunalitas**

Komunalitas pada dasarnya adalah jumlah variansi dari suatu variabel yang bisa dijelaskan oleh faktor yang ada. Lebih lengkapnya dapat dilihat dalam tabel 3.10 berikut ini:

Tabel 4.15 *Communalities*

Communalities		
	Initial	Extraction
Lokasi 1	1,000	,651
Lokasi 3	1,000	,690
Harga 1	1,000	,699
Harga 2	1,000	,771
Harga 3	1,000	,706
Fasilitas 1	1,000	,650
Fasilitas 2	1,000	,625
Keamanan 2	1,000	,475
Keamanan 3	1,000	,574
Reservasi 3	1,000	,624

Extraction Method: Principal Component Analysis.

Sumber: Data primer diolah

□ **Rotated Component Matrix**

Proses perotasian pada hasil penelitian ini bertujuan adalah untuk mendapatkan faktor-faktor dengan factor loading yang cukup jelas untuk interpretasi. Komponen matriks rotasi (rotated component matrix) adalah matriks korelasi yang memperlihatkan distribusi variabel yang lebih jelas dan nyata dibandingkan component matrix.

Tabel 4.16 *Rotated Component Matrix*

Rotated Component Matrix^a				
	Component			
	1	2	3	4
Lokasi 1	0,753			
Lokasi 3				0,77
Harga 1			0,776	
Harga 2		0,857		
Harga 3	0,669			
Fasilitas 1			0,767	
Fasilitas 2		0,704		
Keamanan 3	0,737			
Reservasi 3				0,701
Eigenvalues	1,885	1,765	1,508	1,306
% of Variance	18,852%	17,650%	15,083%	13,064%
Cumulative %	18,852%	36,502%	51,585%	64,649%
Extraction Method: Principal Component Analysis.				
Rotation Method: Varimax with Kaiser Normalization. ^a				
a. Rotation converged in 6 iterations.				

Dengan melihat tabel diatas jelas bahwa yang mengelompok pada faktor 1 adalah Lokasi 1, Harga 3, dan Keamanan 3. Pada faktor 2 adalah Harga 2, dan Fasilitas 2. Pada faktor 3 adalah Harga 1, dan Fasilitas 1. Pada faktor 4 adalah Lokasi 3, dan Reservasi 3. Sedangkan pada indikator Keamanan 2 telah dieliminasi atau dikeluarkan karna *Factor Loading* bernilai minus atau dibawah 0,50.

4.4. Pembahasan

4.4.1 Karakteristik

Karakteristik pengunjung sangat mempengaruhi pemilihan hotel budget. Berdasarkan data yang ada, terdapat perbedaan yang signifikan dalam beberapa aspek seperti jenis kelamin, usia, pendapatan, intensitas menginap, tujuan menginap, durasi menginap, partner menginap, dan tipe kamar. Dalam hal jenis kelamin, terlihat bahwa lebih banyak wanita (53 pengunjung) daripada pria (28 pengunjung) yang mengunjungi hotel ini. Hal ini menunjukkan bahwa preferensi dan kebutuhan mereka mungkin berbeda, sehingga hotel perlu mempertimbangkan preferensi khusus wanita dalam hal fasilitas, keamanan, dan kenyamanan.

Ketika melihat kategori usia pengunjung, mayoritas adalah mereka yang berusia 1-25 tahun (63 pengunjung). Namun, terdapat juga beberapa pengunjung dari kelompok usia yang lebih tua, seperti 26-35 tahun (10 pengunjung), 36-45 tahun (4 pengunjung), dan 46-55 tahun (4 pengunjung). Hal ini menunjukkan variasi preferensi dan kebutuhan berdasarkan kelompok usia. Hotel harus memastikan bahwa mereka menyediakan fasilitas dan layanan yang sesuai dengan preferensi yang berbeda-beda ini.

Dalam hal pendapatan, sebagian besar pengunjung memiliki pendapatan antara Rp 2.500.000 hingga Rp 5.000.000 (55 pengunjung). Namun, ada juga pengunjung dengan pendapatan lebih tinggi, seperti Rp 5.000.000-7.500.000 (10 pengunjung), Rp 7.500.000-10.000.000 (10 pengunjung), dan lebih dari Rp 10.000.000 (6 pengunjung). Hal ini menunjukkan bahwa hotel perlu menyediakan pilihan yang sesuai dengan berbagai tingkat pendapatan, baik dalam hal harga kamar maupun fasilitas yang ditawarkan.

Intensitas menginap juga memainkan peran penting. Sebagian besar pengunjung (35 pengunjung) menginap satu kali setahun, diikuti oleh 2-3 kali setahun (16 pengunjung). Namun, ada juga yang menginap dengan intensitas yang lebih tinggi, seperti 4-6 kali setahun (3 pengunjung) atau lebih dari 6 kali setahun (4 pengunjung). Hotel harus memahami pola intensitas menginap ini dan

menyediakan kebijakan pemesanan dan tarif yang fleksibel untuk memenuhi kebutuhan pengunjung yang berbeda.

Tujuan menginap juga beragam, dengan mayoritas pengunjung (60 pengunjung) mengunjungi hotel untuk liburan. Namun, ada juga yang menginap untuk tujuan bisnis (3 pengunjung), mengunjungi keluarga (9 pengunjung), honeymoon (3 pengunjung), atau keperluan lainnya seperti dinas luar atau reuni. Hotel harus memperhatikan tujuan pengunjung dan menyediakan fasilitas yang sesuai dengan keperluan mereka.

Durasi menginap juga beragam, mulai dari 1 malam (26 pengunjung) hingga lebih dari 7 malam (2 pengunjung). Durasi menginap yang berbeda ini menunjukkan preferensi dan kebutuhan pengunjung dalam hal lamanya tinggal di hotel. Hotel harus menyediakan kebijakan pemesanan yang fleksibel, termasuk tarif harian atau paket yang sesuai dengan berbagai durasi menginap.

Partner menginap juga penting untuk dipertimbangkan. Beberapa pengunjung menginap sendiri (9 pengunjung), sementara yang lain menginap bersama keluarga (43 pengunjung), rekan kerja (5 pengunjung), atau teman (24 pengunjung). Hotel harus menyediakan fasilitas dan pilihan kamar yang sesuai dengan kebutuhan pengunjung berdasarkan partner mereka. Terakhir, tipe kamar yang tersedia dalam hotel budget juga memainkan peran penting dalam pemilihan pengunjung. Mayoritas pengunjung memilih kamar dengan harga menengah (54 pengunjung), diikuti oleh kamar dengan harga rendah (23 pengunjung), dan hanya sedikit yang memilih kamar dengan harga tinggi (4 pengunjung). Hotel harus memastikan bahwa mereka memiliki pilihan kamar yang mencakupi dalam berbagai kategori harga untuk memenuhi preferensi dan anggaran pengunjung.

Dalam kesimpulannya, karakteristik pengunjung seperti jenis kelamin, usia, pendapatan, intensitas menginap, tujuan menginap, durasi menginap, partner menginap, dan tipe kamar memiliki peran yang signifikan dalam pemilihan hotel budget. Hotel harus memahami preferensi dan kebutuhan pengunjung yang berbeda-beda ini untuk menyediakan fasilitas, layanan, dan kebijakan yang sesuai. Dengan memperhatikan karakteristik ini, hotel dapat meningkatkan

pengalaman pengunjung dan memenuhi harapan mereka dalam memilih hotel budget.

4.4.2 Faktor yang Mempengaruhi Wisatawan

Dari segi Lokasi (Location), nilai yang diperoleh yaitu berjumlah 1136. Responden ini kebanyakan rata-rata berusia 1 sampai 25 tahun yang masih tergolong muda, menurut mereka hotel budget biasanya terletak di lokasi yang strategis. Hal ini juga didukung dengan akses transportasi yang mudah ditemukan dan dekat dengan pusat transportasi seperti Bandara, Stasiun dan Terminal Bus

Dari segi harga (price), hotel budget dianggap memiliki harga yang cukup terjangkau hal tersebut dilihat dari respon penilaian responden yang mendapat nilai tertinggi dari semua faktor yaitu berjumlah 1121. Responden sepakat bahwa hotel budget menawarkan harga yang sesuai dengan terjangkau dan sesuai dengan fasilitas yang diberikan. Hal inilah yang menjadi salah satu daya tarik wisatawan yang kebanyakan penghasilannya berkisar antara Rp 2.500.000,00 - Rp 5.000.000,00.

Meskipun harganya terjangkau, bukan berarti fasilitas yang ada di hotel budget tidak maksimal. Berdasarkan data yang didapat, ternyata hotel budget menyediakan fasilitas yang cukup baik untuk pelanggan. Hal ini dilihat dari faktor Fasilitas dengan nilai responden yang berjumlah 1.105. Menurut responden, menyediakan fasilitas air panas, ruang makan sebagai fasilitas penunjang tamu. dan adanya fasilitas parkir yang memadai yang sudah cukup baik.

Selanjutnya, faktor-faktor yang mempengaruhi pengunjung dalam pemilihan hotel budget dari segi keamanan menurut penilaian responden dengan jumlah 1107. Menurut responden mengenai jaminan keamanan yang disediakan sudah baik dimana rata-rata responden memberikan jawaban sangat setuju terhadap 3 pernyataan yang diajukan, adapun pernyataan yang diajukan berkaitan dengan apakah tamu merasa aman karena privasi mereka terjaga selama menginap, hotel budget ini memiliki petugas keamanan (security) yang bertugas untuk menjaga keamanan tamu, dan terdapat akses kunci yang memadai dan dapat berfungsi dengan baik.

Faktor-faktor terakhir yang mempengaruhi pengunjung dalam pemilihan hotel budget dari segi reservasi menurut penilaian responden dengan total jawaban responden adalah 1125. Menurut responden mengenai kemudahan reservasi yang disediakan sudah baik dimana rata-rata responden memberikan jawaban sangat setuju terhadap 3 pernyataan yang diajukan, adapun pernyataan yang diajukan berkaitan dengan berkaitan dengan hal reservasi, beberapa pernyataan yang menjadi pertimbangan adalah konsumen memilih Hotel Budget karena bisa dipesan secara online, mudah dipesan melalui media online, dan ketersediaan saat reservasi dilakukan (H-1 hingga hari H). Selain itu dimensi reservasi memperoleh total jawaban responden paling tinggi diantara dimensi lainnya dapat disimpulkan bahwasanya kemudahan untuk reservasi sangat menentukan sebagai faktor yang mempengaruhi pengunjung dalam pemilihan Hotel Budget

Hasil penelitian menyimpulkan bahwa dari lima faktor yang diajukan kepada 81 responden, pengunjung atau wisatawan secara keseluruhan sangat setuju bahwa faktor-faktor yang diajukan memiliki pengaruh positif terhadap penilaian mereka terhadap hotel budget yang mereka pilih. Lebih khusus lagi, faktor lokasi menunjukkan pengaruh yang paling signifikan dibandingkan dengan faktor lainnya dalam mempengaruhi pengunjung dalam memilih hotel budget.

Penelitian ini melibatkan 81 responden yang merupakan pengunjung atau wisatawan yang telah menginap di berbagai hotel budget. Responden diminta untuk memberikan penilaian mereka terhadap lima faktor yang dianggap relevan dalam pemilihan hotel budget. Kelima faktor tersebut belum dijelaskan secara rinci dalam teks.

Setelah menganalisis data yang diperoleh, penelitian ini menyimpulkan bahwa pengunjung atau wisatawan memberikan penilaian yang baik terhadap faktor-faktor yang diajukan. Dalam hal ini, faktor lokasi menempati posisi paling tinggi dalam mempengaruhi pengunjung dalam memilih hotel budget.

Informasi ini dapat memberikan wawasan penting bagi industri perhotelan dalam mengembangkan strategi pemasaran dan meningkatkan kualitas layanan mereka. Dengan memahami bahwa faktor lokasi memiliki pengaruh yang signifikan dalam

keputusan pengunjung, hotel budget dapat menyesuaikan penawaran mereka, seperti memilih lokasi yang strategis dan menyediakan akses yang mudah ke tempat-tempat wisata atau area bisnis.

Berdasarkan hasil penelitian yang dilakukan, peneliti menyimpulkan bahwasanya faktor lokasi menjadi faktor yang paling tinggi dalam pemilihan Hotel Budget bagi wisatawan. Hasil penelitian ini sejalan dengan penelitian yang dilakukan oleh Ginting, R. S., & Amalia, A. (2023) lokasi mempengaruhi faktor yang sangat penting dalam pemilihan tempat menginap oleh konsumen Hotel Budget, karena penetapan lokasi yang baik memberikan nilai tambah bagi suatu bisnis. Sedangkan pada penelitian yang dilakukan oleh Solikhin, A., Sudjarwo, I., & Siswanto, F. X. A. (2011) mengemukakan bahawa hasil dari penelitian yang iya lakukan adalah faktor utama yang mempengaruhi konsumen dalam memilih hotel sebagai sarana akomodasi yaitu faktor keunggulan, faktor harga dan fasilitas umum dan penelitian yang dilakukan oleh Fazlan, N., & Oktafani, F. (2020) mengemukakan diantara keenam faktor tersebut yang termasuk dalam indikator penelitian nya, faktor Faktor keunggulan juga menjadi faktor yang paling berpengaruh dalam penentuan keputusan pemilihan hotel. Namun hasil penelitian yang dilakukan oleh Oktavia, N. R. (2019) juga menyatakan hasil yang berbeda diantara beberapa faktor yang dimasukkan kedalam indikator penelitian, penelitian yang dilakukanya menyatakan faktor yang paling dominan pengaruhnya atau paling berpengaruh adalah harga. Wisatawan lebih memilih penginapan dengan harga yang terjangkau agar sesuai dengan kondisi keuangannya.

BAB 5 KESIMPULAN DAN SARAN

5.1 Kesimpulan

Berdasarkan hasil penelitian yang dilakukan, maka didapatkan beberapa kesimpulan yang menjadi implikasi atas tujuan penelitian yang telah di uraikan sebelumnya. Adapun kesimpulan atas faktor yang bisa memengaruhi wisatawan dalam memilih hotel berdasarkan *budget* di Kota Bandung, antara lain sebagai berikut:

1. Karakteristik wisatawan pada 81 responden selama penelitian ini menunjukkan bahwa mayoritas wisatawan yang mengisi kuesioner adalah perempuan, dengan proporsi sebesar 65,4%. Mereka juga dominan berada dalam rentang usia kurang dari atau sama dengan 25 tahun, mencapai persentase sebesar 77,8%. Selain itu, sebagian besar wisatawan memiliki pendapatan dalam rentang Rp. 2.500.000-5.000.000, mencakup sekitar 67,9% dari total responden. Dalam hal intensitas menginap, mayoritas wisatawan memilih untuk menginap di hotel budget hanya satu kali dalam setahun, yaitu sebesar 43,2%. Namun, terdapat juga sebagian kecil wisatawan yang menginap 1-¹ kali dalam setahun. Menariknya, banyak wisatawan memilih menginap di hotel budget dengan tujuan liburan, dan mayoritas dari mereka memilih kategori 1 malam untuk durasi menginap. Selain itu, mayoritas wisatawan yang memilih menginap di hotel budget juga melakukan perjalanan dengan keluarga mereka. Dengan demikian, dapat disimpulkan bahwa wisatawan yang memilih hotel budget di Kota Bandung didominasi oleh perempuan, usia muda, dengan pendapatan dalam rentang tersebut, intensitas menginap yang terbatas, dan sering melakukan perjalanan bersama keluarga.

¹. Berdasarkan hasil analisis faktor karakteristik responden terhadap keputusan dalam memilih hotel sesuai *budget*-nya, menunjukkan bahwa mayoritas responden memilih Hotel Budget karena lokasinya yang strategis dengan objek

wisata di sekitarnya, dengan persentase setuju atau sangat setuju sebesar 84%. Selain itu, sekitar 69% responden menyatakan sangat setuju bahwa hotel tersebut mudah dijangkau dengan transportasi umum. Lebih lanjut, 70% responden sangat setuju bahwa lokasi hotel dekat dengan fasilitas pemenuhan kebutuhan sehari-hari seperti makanan dan mini market. Dalam konteks harga, sekitar 68% responden sangat setuju bahwa harga Hotel Budget sangat terjangkau dibandingkan dengan hotel lain. Sejumlah 69% responden juga sangat setuju bahwa harga kamar di Hotel Budget sesuai dengan fasilitas yang disediakan. Ketika menyangkut fasilitas, tidak ada responden yang sangat tidak setuju atau tidak setuju terhadap ketersediaan fasilitas air panas, ruang makan, dan fasilitas parkir yang memadai. Selain itu, mayoritas responden merasa aman dengan privasi yang terjaga selama menginap, dengan persentase sangat setuju sebesar 67%. Adanya petugas keamanan di Hotel Budget juga disetujui oleh 74% responden. Selanjutnya, 67% responden sangat setuju bahwa akses kunci di kamar dapat berfungsi dengan baik. Terakhir, dalam hal reservasi online, sekitar 70% responden sangat setuju bahwa Hotel Budget dapat dipesan secara online dengan mudah dan responsif.

Dengan kata lain, berdasarkan data penilaian responden mengenai faktor-faktor yang mempengaruhi pemilihan hotel budget di kota Bandung, diperoleh total nilai sebesar 5.594, yang secara keseluruhan masuk dalam kategori "Sangat Setuju". Hal ini menunjukkan bahwa responden menyatakan sepakat bahwa Hotel Budget telah menyediakan lokasi yang baik, harga yang sesuai, fasilitas yang memadai, tingkat keamanan yang memadai, dan sistem reservasi yang baik.

5.2 Saran

Berdasarkan hasil penelitian yang didapatkan, maka beberapa saran yang dapat diterapkan dalam penelitian selanjutnya mengenai faktor yang bisa memengaruhi wisatawan dalam memilih hotel berdasarkan *budget* di Kota Bandung, antara lain sebagai berikut:

1. Pada dasarnya, penelitian ini memiliki keterbatasan dalam hal mengidentifikasi pengaruh ukuran sampel yang lebih besar untuk memperluas karakteristik responden dalam penelitian ini. Sehingga, sebaiknya dalam penelitian berikutnya dapat diimplementasikan perluasan ukuran sampel untuk memperoleh hasil yang lebih representatif, penelitian berikutnya dapat melibatkan ukuran sampel yang lebih besar yang mencakup beragam demografi dan karakteristik wisatawan yang lebih luas. Selain itu, dapat juga diterapkan pengumpulan data yang diversifikasi. Artinya, selain menggunakan kuesioner, penelitian selanjutnya dapat mempertimbangkan penggunaan metode pengumpulan data yang beragam, seperti wawancara mendalam atau observasi langsung, untuk memperoleh perspektif yang lebih komprehensif.
2. Pada dasarnya penelitian ini dilakukan untuk mengkaji pengaruh dari karakteristik responden pada pemilihan hotel *budget* di Kota Bandung. Sehingga, setelah dilakukan penelitian terdapat beberapa keterbatasan dalam penelitian ini seperti sempitnya variabel penelitian, kurangnya analisis komparatif, dan metode analisis yang kurang mendalam. Sebaiknya, dalam penelitian berikutnya dapat menerapkan perluasan variabel penelitian untuk mendapatkan pemahaman yang lebih mendalam tentang faktor-faktor yang mempengaruhi pemilihan hotel budget, penelitian berikutnya dapat mempertimbangkan pengenalan variabel lain seperti preferensi pribadi, pengalaman sebelumnya, atau pengaruh dari faktor ekonomi dan sosial. Selanjutnya, dapat melakukan analisis komparatif untuk memahami perbedaan preferensi dan faktor-faktor yang memengaruhinya. Terakhir, dapat melibatkan metode analisis yang Lebih mendalam selain analisis statistik deskriptif, seperti analisis faktor atau analisis regresi, untuk mengidentifikasi hubungan dan pengaruh yang lebih kuat antara variabel yang diteliti.

DAFTAR PUSTAKA

- Badan Pusat Statistik. (2020). Statistik Kepariwisata Kota Bandung 2019. <https://bandungkota.bps.go.id/pressrelease/2020/08/04/168/statistikkepariwisataan-kota-bandung-2019.html>
- Ginting, R. S., & Amalia, A. (2023). FAKTOR-FAKTOR YANG MEMPENGARUHI KEPUTUSAN TAMU DALAM PEMILIHAN HOTEL SYARIAH PADA HOTEL NATAMA SYARIAH. *Jurnal AKMAMI*, 4 (2), 128-138.
- Guardian, T. (2014). *The Rise of the Budget Hotel in Asia*. Retrieved Juli 17, 2023, from <https://www.theguardian.com/world/2014/aug/07/rise-budgethotel-asia>
- Hariyani, I. d. (2010). Buku Pintar Hukum Bisnis Pasar Modal. *Transmedia Pustaka*.
- Heizer, J. (2006). *Operations management: Sustainability and supply chain management*. Pearson Education.
- Howard, J. A., & Sheth, J. N. (1969). *The theory of buyer behavior*. John Wiley & Sons.
- Kusuma, H. P. (2020). Analisis Faktor-Faktor yang Mempengaruhi Keputusan Wisatawan dalam Memilih Hotel Budget di Kota Malang. *Jurnal Hospitality dan Pariwisata*, 3(2), 83-94.
- Kotler, P., Keller, K. L., Brady, M., Goodman, M., & Hansen, T. (2019). *Marketing management*. Pearson Education Limited.
- Kotler, P., & Armstrong, G. (2004). *Prinsip-prinsip pemasaran*. PT Indeks.
- Kwan, C. (2019). Solving the black-scholes partial differential equation via the solution method for a one dimensional heat equation : a pedagogic approach with a. *McMaster University*.
- Maslow, A. H. (1943). *A theory of human motivation*. *Psychological review*, 50(4), 370-396.
- Makarim, A. K. (2019). *Pariwisata dan Perjalanan*. Jakarta: Kencana.

- Moore, L., & Juh, S. (2006). Derivative pricing 60 years before black-scholes: Evidence from the johannesburg stock exchange. *The Journal of Finance*.
- Oktavia, N. R. (2019). ANALISIS FAKTOR-FAKTOR YANG MEMPENGARUHI WISATAWAN BACKPACKER DALAM PEMILIHAN HOTEL BUDGET DI KOTA BANDUNG TAHUN 2019. *eProceedings of Management*, 95.
- Patria, R. (2015). Pariwisata Kota Bandung: Tinjauan Tentang Dampak Ekonomi dan Sosialnya. *Jurnal Analisis Sosiologi*, 4 (2), 177-190.
- Potret Wisata Halal di Indonesia Analisis Kesiapan Stakeholder dalam Penyelenggaraan Wisata Halal di Kota Bandung Indonesia [ortrait of Halal Tourism in Indonesia Analysis of Stakeholder Readiness in Organizing Halal Tourism in Bandung City, Indonesia]. *Jurnal Ilmiah Pariwisata*, 25(1).
- Seleky, J. S., Nugrahani, E. H., & Purnaba, I. G. (2012). Opsi barrier saham tipe upand-out call di bursa efek indonesia. *Jurnal Matematika dan Aplikasinya*.
- Setiawan, D. P. (2021). Budget Hotel dengan Pendekatan Sustainable Architecture. Surakarta: *Jurnal Universitas Muhammadiyah* .
- Smith, C. W., & Zimmerman, J. L. (1976). Valuing employee stock option plans using option pricing models. *Journal of Accounting Research*.
- Sulastyono. (1999). *Manajemen Pemasaran Jasa*. Yogyakarta: BPFE UGM.
- Swastha, B. (1994). *Manajemen Produksi Modern*. Yogyakarta: Liberty.
- Solikhin, A., Sudjarwo, I., & Siswanto, F. (2011). Faktor-Faktor yang Memengaruhi Konsumen dalam Memilih Hotel Sebagai Sarana Akomodasi di Kota Solo. *Jurnal Pariwisata Indonesia*.
- Sorupia, E. (2005). Rethinking the role of transportation in tourism. *Eastern Asia Society for Transportation Studies*, 5(November), 1767–1777.
- Tjiptono, F. (2006). *Strategi Pemasaran*. Penerbit Andi.
- Trisnantoro, L. (2004). *Manajemen pelayanan umum*. Gadjah Mada University Press.
- Tempo.co. (2020). *Okupansi Hotel di Bandung Meningkat, Kota Paris Van Java Butuh Kunjungan Wisatawan*. Retrieved Juli 17, 2023, from <https://bisnis.tempo.co/read/1389792/okupansi-hotel-di-bandungmeningkat-kota-paris-van-java-butuh-kunjungan-wisatawan>

Wardhani, D. K. (2012). Strategi Pemasaran Kota Bandung sebagai Pusat Belanja (Studi Kasus Pada Dinas Kebudayaan dan Pariwisata Kota Bandung). *Jurnal Kepariwisata Indonesia* , 7(2), 367-376.

LAMPIRAN

LAMPIRAN I

KUESIONER PENELITIAN

“Faktor-faktor yang Mempengaruhi Wisatawan dalam Memilih Hotel Budget di Kota Bandung”

Assalamualaikum Wr.Wb

Saya Nandina Restu Febriana, mahasiswa D3 Perhotelan, Telkom University. Dalam rangka menyelesaikan proyek akhir dengan judul **“Faktor-faktor yang Mempengaruhi Wisatawan dalam Memilih Hotel Budget di Kota Bandung”**. Pada kesempatan ini, saya memohon kesediaan Bapak/Ibu/Saudara/i supaya berkenan untuk melakukan pengisian pada daftar pertanyaan sesuai dengan situasi yang Anda rasakan. Semoga kebaikan dari Bapak/Ibu/Saudara/i sekalian dibalas oleh Yang Maha Kuasa.

Wassalamualaikum Wr.wb

Hormat Saya,

KUESIONER PENELITIAN

“Faktor-faktor yang Mempengaruhi Wisatawan dalam Memilih Hotel Budget di Kota Bandung”

Berikan tanda *check list* dibawah ini dan mohon untuk mengisi sebenar-benarnya pada pertanyaan yang ada di bawah ini:

I. Karakteristik Responden

1. Jenis kelamin ?
 - Perempuan
 - Laki – Laki
2. Berapa usia anda ?
 - 17 – 25 tahun
 - 26 – 35 tahun
 - 36 – 45 tahun
 - 45 – 55 tahun
 - >55 tahun
3. Pekerjaan anda saat ini ?
 - Wirausaha
 - Karyawan swasta
 - Karyawan negeri

- Pelajar/ mahasiswa
 - Lain – lain
4. Pendapatan anda (per bulan) ?
- Rp. 2.500.000 – Rp. 5.000.000
 - Rp. 5.000.000 – Rp. 7.500.000
 - Rp. 7.500.000 – Rp. 10.000.000
 - >Rp. 10.000.000
5. Apakah anda pernah menginap di hotel budget?
- Ya, pernah -- Sebutkan
 - Tidak pernah --- Tidak Lanjut
6. berapa frekuensi anda menginap di hotel budget ?
- < 1 kali
 - 1 – 3 kali
 - 4 – 6 kali
 - > 6 kali
7. Tujuan anda menginap di hotel budget?
- Liburan
 - Bisnis
 - Mengunjungi Kerabat/keluarga/Teman
 - Lain – lain
8. Berapa lama durasi anda selama menginap di hotel budget ?
- 1 Malam
 - < dari 3 malam
 - 3 – 5 malam
 - 6 – 7 malam
 - > dari 7 malam
9. Dengan siapakah ada menginap di hotel budget?
- sendirian
 - bersama keluarga

- bersama rekan kerja
- rombongan (group)

10. Tipe Kamar apakah yang pernah anda tempati selama menginap di hotel budget?

- Kamar dengan harga rendah
- Kamar dengan harga menengah
- Kamar dengan harga tinggi

III. Faktor-faktor yang Mempengaruhi Wisatawan dalam Pemilihan Hotel Budget di Kota Bandung

Lingkari (o) pada angka sesuai penilaian yang anda berikan pada pernyataan tersebut :
(Keterangan nilai ; 5 : Sangat Tinggi, 4 : Tinggi, 3 : Cukup, 2 : Rendah, 1 : Sangat Rendah)

Lokasi

No	Pertanyaan	Penilaian				
		STS	TS	CS	S	SS
1.	Anda memilih lokasi hotel budget sangat strategis dengan berbagai objek wisata di sekitar					
2.	Lokasi hotel buget mudah untuk dijangkau dengan transportasi umum					
3.	Lokasi hotel					

	budget dekat dengan fasilitas pemenuhan kebutuhan sehari- hari (tempat makan, mini market, bandara, terminal, dll)					
--	---	--	--	--	--	--

Harga (Price)

No	Pertanyaan	Penilaian				
		STS	TS	CS	S	SS
1.	Harga hotel budget amat terjangkau apabila dibandingkan dengan harga hotel yang lain					
2.	Harga kamar yang di hotel budget sesuai dengan fasilitas kamar yang diberikan					
3.	Harga kamar yang ditawarkan di hotel budget sesuai dengan pelayanan yang					

	baik					
--	------	--	--	--	--	--

Fasilitas (Facility)

No	Pertanyaan	Penilaian				
		STS	TS	CS	S	SS
1.	Tersedianya fasilitas air panas					
2.	Adanya ruang makan sebagai fasilitas penunjang tamu					
3.	Adanya fasilitas parkir yang memadai					

Keamanan

No	Pertanyaan	Penilaian				
		STS	TS	CS	S	SS
1.	Tamu merasa aman karena privasi terjaga selama menginap					
2.	Terdapat satpam sebagai petugas keamanan di hotel					

	budget					
3.	Terdapat akses kunci yang memadai dan dapat berfungsi di kamar yang ditempati					

Rating Tamu

No	Pertanyaan	Penilaian				
		STS	TS	CS	S	SS
1.	Hotel budget yang dipilih berdasarkan rating yang tinggi di internet					
2.	Anda memilih ulasan yang positif terkait pengalaman menginap di hotel budget					
3.	Terdapat foto pendukung ulasan positif yang menggambarkan kamar hotel					

Reservasi

No	Pertanyaan	Penilaian				
		STS	TS	CS	S	SS
1.	Anda memilih hotel budget karena bisa dipeservasi secara online					
2.	Anda memilih hotel budget karena bisa dipeservasi secara offline					
3.	Anda memilih hotel budget selalu tersedia saat reservasi dilakukan (H-1 hingga hari H)					

LAMPIRAN 2

PRINT OUT HASIL OLAH DATA