

ABSTRAK

Potensi perkembangan pariwisata di Indonesia cukup besar. Fenomena ini selaras dengan tingkat jumlah perjalanan dan pengeluaran wisatawan nusantara yang terus meningkat dari tahun ke tahun, salah satunya adalah Kota Bandung yang berada di Provinsi Jawa Barat. Banyaknya potensi wisata di Kota Bandung membuat industri perhotelan sebagai salah satu industri yang bersinergi dengan pariwisata memiliki tingkat pertumbuhan tinggi serta persaingan yang ketat di antara para pelaku bisnis.

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui faktor yang dapat ditingkatkan dan faktor apa yang dipertimbangkan oleh konsumen dari *review* negatif dan *review* positif, mengidentifikasi peringkat atribut yang diberikan konsumen terhadap masing – masing hotel sehingga dapat diketahui *rating* kepuasannya, dan untuk mengetahui atribut yang paling diunggulkan oleh ketiga hotel bintang lima terpopuler di Kota Bandung.

Subjek dalam penelitian ini adalah *website* Traveloka dengan objek penelitian The Trans Luxury Hotel, G.H. Universal Hotel, dan Padma Hotel Bandung. Data yang diperoleh *website* Traveloka memiliki jumlah 16.228 *review*. Total 16.228 *review* ini didapat dari 5.676 *review* konsumen mengenai The Trans Luxury Hotel, 5.433 *review* konsumen mengenai GH Universal Hotel, dan 5.119 *review* konsumen mengenai Padma Hotel Bandung.

Penelitian ini melakukan pengambilan data *review* konsumen melalui *website* Traveloka menggunakan teknik *scraping* dengan *software* Parsehub 54.0.1 dan menggunakan metode *text analytics* yaitu *sentiment analysis* dengan *software* RapidMiner Studio versi 9.5 untuk menganalisis *review* dan peringkat yang diberikan oleh konsumen terhadap The Trans Luxury Hotel, G.H. Universal Hotel, dan Padma Hotel Bandung di Traveloka. Hasil penelitian mengungkapkan bahwa atribut kebersihan merupakan atribut yang paling diunggulkan oleh The Trans Luxury Hotel dan atribut lokasi merupakan atribut yang paling diunggulkan oleh G.H. Universal Hotel dan Padma Hotel Bandung. Hasil dari penelitian diharapkan dapat memberikan *insight* kepada pihak pengembang hotel untuk meningkatkan layanan hotel.

Kata Kunci: Atribut Hotel, Hotel, *Rating*, *Sentiment Analysis*, Traveloka