

ATRIBUT-ATRIBUT YANG DINILAI PENTING OLEH WISATAWAN DOMESTIK DAN WISATAWAN CINA DALAM MEMILIH HOTEL DI BALI

Alexandra Carina Saksana, Sienny Thio
Program Manajemen Perhotelan, Fakultas Ekonomi
Universitas Kristen Petra Surabaya

Email: alexandrasaksana@outlook.com, sienny@petra.ac.id

Abstrak: Kelompok wisatawan yang berbeda memiliki kebutuhan dan keinginan yang berbeda. Ketika kebutuhan dan keinginan tersebut terpenuhi, akan memberikan kepuasan konsumen, dan mendorong intensi wisatawan untuk datang kembali. Tujuan dari penelitian ini adalah untuk mengetahui atribut yang dinilai penting oleh wisatawan domestik dan wisatawan Cina dalam memilih hotel di Bali. Kuisioner diisi oleh 278 wisatawan domestik dan 287 wisatawan Cina. Data dianalisa dengan analisa statistik deskriptif dan analisis faktor. Atribut yang berkontribusi bagi wisatawan domestik adalah atribut makanan dan minuman, lokasi dan layanan hotel, fasilitas, kualitas layanan, kenyamanan dan *value for money*, harga makanan dan minuman, ukuran kamar, serta *image* hotel dan makan pagi. Atribut yang berkontribusi bagi wisatawan Cina adalah atribut fasilitas hotel dan kualitas makanan dan minuman, kamar dan kualitas layanan, lokasi dan fasilitas kamar, *image* dan kenyamanan, *room service*, serta harga makanan dan minuman.

Kata kunci: Atribut Hotel, Wisatawan Domestik, Wisatawan Cina, Pemilihan Hotel, Pariwisata Bali

Abstract: Different groups of tourists will have different needs and wants. If these needs and wants are fulfilled, customer will be satisfied and it will encourage their intentions to come back. The purpose of this study is to know the attributes that are considered important for domestic tourists and Chinese tourists in choosing hotels in Bali. Questionnaires were filled by 278 domestic tourists and 287 Chinese tourists. The data was analyzed using descriptive statistical analysis and factor analysis. The attributes that have contributions to domestic tourists are food and beverage, location and hotel's service, facilities, quality of service, comfort and value for money, price of food and beverage, room size, lastly hotel's image and breakfast. The attributes that have contributions to Chinese tourists are facilities and quality of food and beverage, room and quality of service, location and room's facility, image and comfort, room service, and lastly price of food and beverage.

Keywords: Hotel Attributes, Domestic Tourist, Chinese Tourist, Choosing Hotel, Bali Tourism.

Pariwisata merupakan salah satu sektor yang memiliki peran strategis dalam mendorong peningkatan penerimaan devisa negara. Pengembangan sektor pariwisata diperlukan untuk mendukung pertumbuhan ekonomi dan penguatan ketahanan eksternal ekonomi Indonesia (Bank Indonesia, 2018). Indonesia sendiri memiliki 19 pintu masuk utama dan beberapa pintu masuk minor, dimana tercatat bahwa jumlah wisatawan asing yang berkunjung paling banyak masuk melalui Bandar Udara I Gusti Ngurah Rai, Bali, yaitu sejumlah 5.682.248 wisatawan asing. Diikuti oleh pintu masuk Bandar Udara Soekarno

Hatta, Jakarta, dengan jumlah 2.749.321 wisatawan asing, dimana jumlahnya hanya setengah dari jumlah yang masuk dari Bali (Kementerian Pariwisata, 2018). Hal ini menunjukkan bahwa Bali merupakan destinasi yang paling populer dikunjungi oleh wisatawan asing. Kepopuleran dari wisata Bali ini sendiri juga dapat terbukti dari daftar *World's Top 25 Destination* 2018 oleh *TripAdvisor*, dimana Bali menduduki peringkat ke-empat dalam daftar tersebut.

Selain wisatawan asing, jumlah wisatawan domestik yang berkunjung ke Bali juga tercatat paling tinggi dibanding jumlah wisatawan domestik yang berkunjung ke destinasi wisata lokal lainnya. Pada tahun 2017, tercatat bahwa terdapat 8.735.633 wisatawan domestik yang datang berkunjung ke Bali (Badan Pusat Statistik Provinsi Bali, 2018). Dengan melihat jumlah wisatawan domestik dan wisatawan asing yang masuk ke Bali pada tahun 2017, dapat dilihat bahwa jumlah wisatawan domestik yang berkunjung ke Bali lebih banyak daripada jumlah wisatawan asing yang berkunjung ke Bali. Hal ini menunjukkan bahwa wisatawan domestik merupakan salah satu kelompok wisatawan yang memiliki peran penting bagi pariwisata Bali.

Di sisi lain, dari jumlah wisatawan asing yang masuk ke Bali pada tahun 2017, Badan Pusat Statistik Provinsi Bali (2018) mencatat bahwa wisatawan Cina menempati urutan teratas dari total wisatawan asing yang berkunjung ke Bali. Badan Pusat Statistik Provinsi Bali (2018) juga mencatat terjadi peningkatan jumlah wisatawan Cina yang berkunjung ke Bali sebesar 28.6% dari tahun sebelumnya. Selain itu, Menteri Pariwisata Arief Yahya juga menyebutkan bahwa selama tahun 2017, wisatawan Cina dinilai sebagai wisatawan dengan 3S (*size, sustainability, dan spending*) terbesar, dengan total kunjungan (*size*) sebesar 1,9 juta wisatawan, dengan pertumbuhan (*sustainability*) sebesar 42,2 persen, serta menyumbang devisa negara melalui *spending* sebesar 1,94 miliar dollar AS. Oleh karena itu, target utama dari target *Top 5* pasar utama pariwisata Indonesia untuk tahun 2018 adalah Cina (Kompas, 2018). Berdasarkan data-data di atas, dapat disimpulkan bahwa wisatawan Cina merupakan kelompok wisatawan yang memberikan kontribusi besar bagi pariwisata Indonesia, terutama pariwisata Bali.

Wisatawan domestik dan wisatawan Cina dapat dikatakan menjadi kedua kelompok wisatawan ini merupakan pasar potensial bagi pariwisata Bali. Tsai et al (2011) mengatakan bahwa wisatawan dengan latar belakang kebudayaan yang berbeda akan memiliki kebutuhan dan keinginan yang berbeda. Rhee dan Yang (2015) mengatakan bahwa wisatawan memiliki kebutuhan yang berbeda dalam pikiran mereka ketika memilih suatu hotel, serta keinginan dan kebutuhan wisatawan dapat diukur dengan atribut hotel. Atribut hotel, menurut Lewis (1983), merupakan layanan dan fasilitas yang disediakan oleh suatu hotel, dimana atribut-atribut tersebut membantu konsumen untuk memilih suatu hotel daripada hotel-hotel yang lain. Dikatakan oleh Jones et al (2000), apabila konsumen mendapatkan apa yang mereka butuhkan dan inginkan, maka konsumen akan mendapatkan kepuasan, dan pada akhirnya akan ada kecenderungan intensi untuk melakukan pembelian kembali. Dalam kata lain, ketika hotel dapat memenuhi keinginan dan kebutuhan wisatawan yang datang, maka hotel akan memberikan kepuasan bagi wisatawan yang berkunjung dan diharapkan akan menimbulkan intensi untuk datang kembali. Maka dari itu, diperlukan penelitian untuk menggali dan menganalisa preferensi wisatawan ketika memilih hotel, agar dapat memberikan kepuasan kepada wisatawan dan mendorong intensi wisatawan untuk datang kembali. Selain itu, dengan mengetahui preferensi kedua kelompok wisatawan tersebut, para pengelola hotel bisa

menentukan atribut apa yang harus lebih ditekankan dalam operasionalnya, selain itu juga agar dapat menentukan strategi pemasaran yang lebih efektif bagi kedua kelompok wisatawan tersebut (Tsai et al, 2011).

Sampai saat ini, penulis belum menemukan penelitian serupa yang menganalisa atribut yang dinilai penting oleh wisatawan yang berkunjung ke Bali, secara khusus wisatawan domestik dan wisatawan Cina. Padahal kedua kelompok wisatawan tersebut memiliki peran yang besar bagi pariwisata di Bali. Oleh sebab itu, penulis tertarik untuk meneliti mengenai atribut-atribut yang dinilai penting bagi wisatawan domestik dan wisatawan Cina dalam memilih hotel di Bali.

TEORI PENUNJANG

Definisi dan Klasifikasi Hotel

Hotel, menurut Sulastiyono (2011), merupakan suatu perusahaan yang dikelola oleh pemiliknya dengan menyediakan pelayanan makanan, minuman dan fasilitas kamar untuk tidur kepada orang-orang yang melakukan perjalanan dan mampu membayar dengan jumlah yang wajar sesuai dengan pelayanan yang diterima tanpa adanya perjanjian khusus. Sedangkan menurut Kamus Besar Bahasa Indonesia, definisi hotel merupakan bangunan berkamar banyak yang disewakan sebagai tempat untuk menginap dan tempat makan orang yang sedang dalam perjalanan, serta bentuk akomodasi yang dikelola secara komersial, disediakan bagi setiap orang untuk memperoleh pelayanan, penginapan, makan dan minum. Oleh karena itu, disaat orang-orang melakukan perjalanan akan mencari hotel untuk menjadi tempat tinggal sementara saat mereka sedang melakukan perjalanan.

Menurut Lundberg (1994), menurut lokasinya, hotel diklasifikasikan menjadi lima, yaitu:

- a. *Center city hotel*: berlokasi di tengah kota
- b. *Sub urban hotel*: berlokasi di pinggir kota
- c. *Highway hotel*: berlokasi di jalan penghubung kota, biasanya disebut motel
- d. *Resort hotel*: biasanya berlokasi di daerah wisata
- e. *Airport hotel*: berlokasi dekat dengan bandar udara

Sedangkan menurut tipe kelompok tamu yang diharapkan, hotel menurut Lakstara (1984), membedakan hotel menjadi lima, yaitu:

- a. *Family hotel*: tamu-tamunya sebagian besar merupakan keluarga
- b. *Business hotel*: tamu-tamunya sebagian besar terdiri dari mereka yang melakukan kunjungan bisnis
- c. *Tourist hotel*: tamu-tamunya sebagian besar terdiri dari wisatawan, baik wisatawan domestik maupun wisatawan asing
- d. *Transit hotel*: tamu-tamu yang menginap kebanyakan hanya singgah sementara karena akan melanjutkan perjalanannya.
- e. *Cure hotel*: tamu-tamu yang menginap sebagian besar bertujuan untuk pengobatan

Atribut Hotel

Setiap hotel menawarkan berbagai macam layanan dan fasilitas yang berbeda antara satu dengan lainnya. Menurut Lewis (1983), layanan dan fasilitas yang ditawarkan oleh sebuah hotel disebut sebagai atribut hotel, dimana atribut-atribut tersebut membantu

konsumen untuk memilih suatu produk daripada produk yang lain. Sebuah hotel bisa memiliki banyak atribut, sehingga banyak penelitian terdahulu yang telah menyimpulkan atribut-atribut hotel. Sebuah penelitian oleh Tsai et al (2011) mengatakan bahwa terdapat empat atribut, yaitu atribut keseluruhan, atribut layanan dan fasilitas, atribut kamar, dan atribut *food and beverage*. Sedangkan penelitian lain oleh Rhee dan Yang (2015), mengatakan bahwa terdapat enam atribut, yaitu atribut nilai, atribut layanan, atribut kamar, atribut kualitas tidur, atribut lokasi, dan atribut kebersihan. Penelitian lain oleh Dolnicar dan Otter (2003), menyebutkan bahwa terdapat sepuluh atribut hotel, yaitu atribut *image*, atribut nilai, atribut umum hotel, atribut kamar, atribut layanan, atribut pemasaran, atribut *food and beverage*, atribut keamanan, atribut lokasi, serta atribut lain-lain. Penelitian oleh Atkison (1998) menyebutkan enam atribut hotel, yaitu atribut umum hotel, atribut restoran dan *room service*, atribut nilai, atribut layanan, atribut fasilitas, serta atribut lain-lain. Penelitian oleh Zhou et al (2014) mengatakan terdapat enam atribut hotel, yaitu atribut kamar, atribut umum hotel, atribut makanan, atribut nilai, atribut lokasi, serta atribut karyawan. Penelitian lain oleh Irawan (2014), melihat bahwa hotel memiliki empat atribut, yaitu produk, harga, promosi, dan referensi.

Definisi Wisatawan Domestik dan Wisatawan Cina

Wisatawan, menurut Suwanto (2004), merupakan seseorang atau kelompok orang yang melakukan suatu perjalanan, dan tinggal lebih dari 24 jam. Apabila durasi kunjungan kurang dari 24 jam, maka pengunjung disebut pelancong (*excursionist*). Pengertian yang serupa juga disampaikan oleh Soekadijo (1996), dimana wisatawan merupakan pengunjung yang datang sekurang-kurangnya 24 jam, dan yang datang berdasarkan motivasi yaitu untuk bersenang-senang, berlibur, untuk kesehatan, studi, keperluan agama, olahraga, berbisnis, mengunjungi keluarga, perutusan, atau menghadiri pertemuan. Sedangkan pengunjung yang hanya tinggal tanpa bermalam disebut eksekursionis. Berdasarkan asalnya, wisatawan dibagi menjadi wisatawan domestik dan wisatawan mancanegara.

Wisatawan domestik adalah wisatawan yang melakukan perjalanan wisata di dalam negerinya sendiri. Wisatawan domestik juga dapat diartikan sebagai seorang warga negara suatu negara yang melakukan perjalanan wisata dalam batas wilayah negaranya sendiri tanpa melewati perbatasan negaranya (Nasrul, 2010). Oleh karena itu, yang disebut wisatawan domestik di Indonesia adalah orang Indonesia sendiri.

Wisatawan mancanegara adalah orang asing yang melakukan perjalanan wisata, yang datang memasuki suatu negara lain yang bukan merupakan negara di mana ia biasanya tinggal (Karyono, 1997). Sedangkan menurut Sihite (2000), wisatawan mancanegara adalah warga negara suatu negara yang mengadakan perjalanan wisata keluar lingkungan dari negaranya (memasuki negara lain). Lebih jelas dikatakan oleh Musanef (1996), wisatawan mancanegara adalah orang-orang yang mengadakan perjalanan dalam jangka minimal 24 jam dan maksimal tiga bulan ke negara lain atau negara yang bukan tempat mereka biasa tinggal, serta tujuannya bukan untuk bekerja tetap atau tidak menetap disana. Jadi, wisatawan Cina adalah orang asing yang merupakan warga negara Cina dan masuk ke Indonesia.

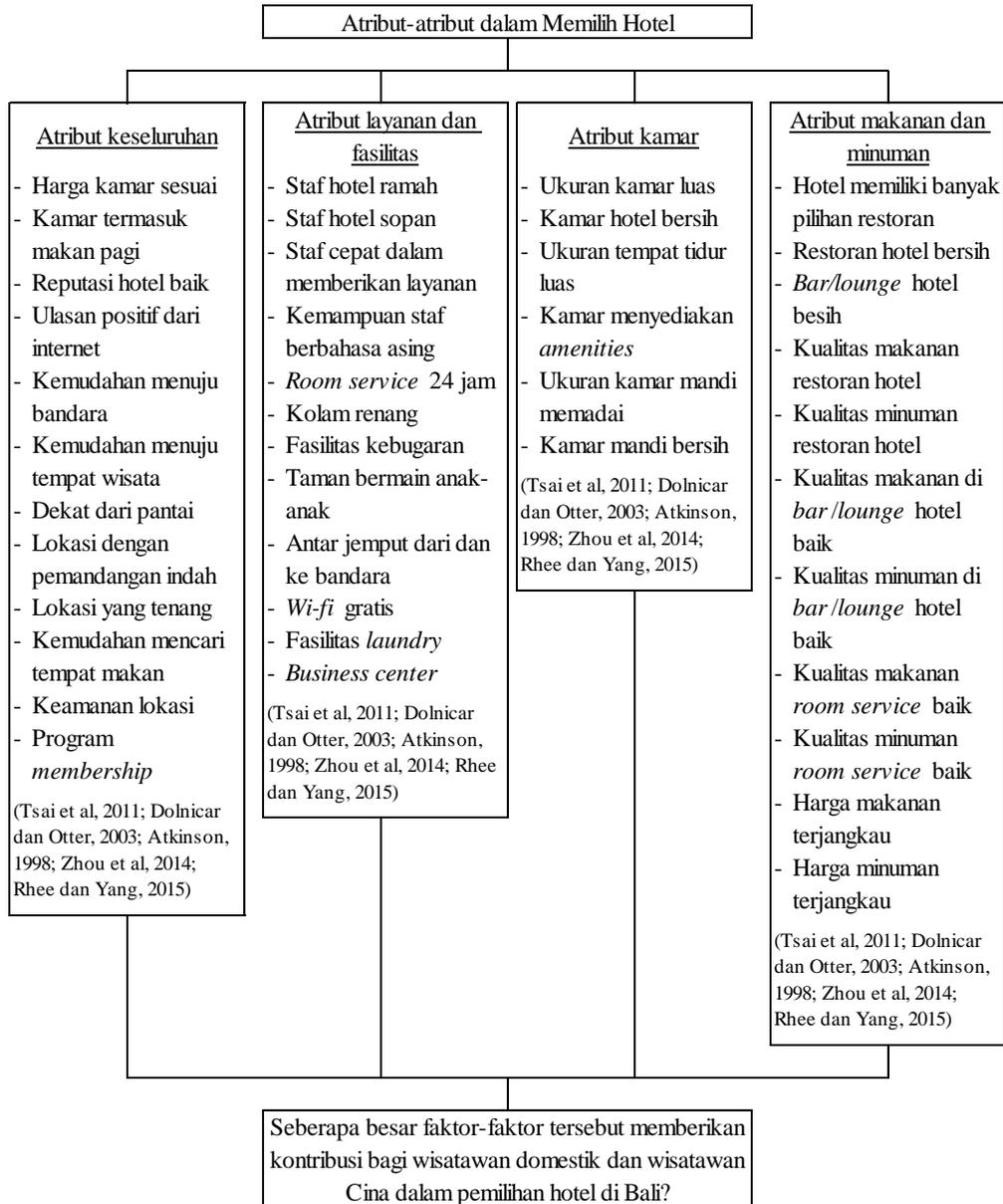
Perbedaan Cina dan Indonesia sendiri dapat dilihat dari teori *cultural dimension* Hofstede (*"Hofstede Insight"*, n.d), pada tabel di bawah ini:

Tabel 1 Dimensi Hofstede Cina dan Indonesia

No.	Dimensi	Cina	Indonesia
1	<i>High power distance</i>	80	78
2	<i>Individualism</i>	20	14
3	<i>Masculinity</i>	66	44
4	<i>Uncertainty aviodance</i>	30	48
5	<i>Long term orientation</i>	87	62
6	<i>Indulgence</i>	24	38

Orang Cina memiliki *high power distance* yang sedikit lebih tinggi dibanding orang Indonesia, dimana dapat disimpulkan bahwa orang Cina lebih menekankan ketaatan terhadap otoritas dan hierarki sosial dibanding orang Indonesia. Cina dan Indonesia sama-sama memiliki nilai individualisme yang rendah, jadi keduanya tergolong kolektifis, namun Cina memiliki individualisme yang lebih tinggi. Hal ini berarti orang Indonesia lebih mementingkan kepentingan keluarga atau kelompok daripada kepentingan pribadi, dibanding dengan orang Cina. Orang Cina memiliki nilai maskulin yang lebih tinggi dibanding orang Indonesia, namun nilai maskulinnya tergolong rendah, artinya orang Cina lebih cenderung memiliki orientasi terhadap kesuksesan, dibanding dengan orang Indonesia. Sedangkan orang Indonesia tergolong feminin, dimana mereka lebih mementingkan hubungan pribadi daripada pencapaian pribadi. Namun nilai dimensi ini hampir menyentuh nilai maskulin, sehingga orang Indonesia juga memiliki sedikit sifat maskulin, dimana sebuah pencapaian dinilai mempunyai nilai lebih, meskipun bukan menjadi motivasi utama seperti negara-negara Asia lainnya. Orang Cina dan orang Indonesia sama-sama menghindari perubahan maupun kondisi yang asing, namun orang Cina cenderung lebih menghindari hal ini dibanding orang Indonesia. Orang Cina dan orang Indonesia sama-sama memiliki *long term orientation*, tetapi orang Cina cenderung lebih memikirkan efek yang akan ditimbulkan di masa depan dibanding orang Indonesia. Selain itu, meskipun sama-sama *restraint*, orang Cina dinilai lebih dikendalikan oleh norma sosial dibanding dengan orang Indonesia.

Kerangka Pemikiran



Gambar 1 Kerangka Pemikiran

METODE PENELITIAN

Jenis Penelitian, Populasi dan Sampel

Jenis penelitian yang dilakukan oleh Penulis adalah penelitian kuantitatif deskriptif. Penelitian ini meneliti dua populasi, yaitu semua wisatawan domestik yang sudah pernah berkunjung ke Bali dan wisatawan Cina yang sudah pernah berkunjung ke Bali. Metode pemilihan sampel pada penelitian ini adalah *Non-Probability Sampling*, dengan jenis *Purposive Sampling*, yaitu pengambilan sampel dengan cara menetapkan ciri-ciri khusus yang sesuai dengan tujuan penelitian sehingga diharapkan dapat menjawab permasalahan penelitian. Penentuan sampel dihitung dengan menggunakan rumus Lameshow (Lameshow, 1997). Jadi,

jumlah sampel minimal dalam penelitian ini adalah 269 wisatawan. Maka dari itu, Penulis menentukan minimal 270 wisatawan sebagai sampel untuk masing-masing wisatawan domestik dan wisatawan Cina. Adapun kriteria untuk responden, yaitu wisatawan domestik dan wisatawan Cina yang sudah pernah ke Bali dalam jangka waktu 5 tahun terakhir, serta berusia minimal 17 tahun, karena 17 tahun dinilai sebagai usia yang sudah memiliki pemikiran yang stabil. Total 294 kuisisioner telah diperoleh dari responden wisatawan domestik dan 304 kuisisioner dari responden wisatawan Cina. Dari jumlah tersebut, terdapat 16 kuisisioner wisatawan domestik dan 17 kuisisioner wisatawan Cina yang tidak dapat digunakan, karena terdapat kuisisioner yang diisi oleh responden dibawah 17 tahun, atau terdapat kuisisioner yang memiliki jawaban yang sama pada setiap butir pernyataan. Setelah melakukan proses pembersihan data, terdapat sebanyak 278 responden wisatawan domestik dan 287 responden wisatawan Cina yang valid dan siap untuk dianalisa lebih lanjut.

Jenis dan Sumber Data

Dalam penelitian ini, data primer diperoleh dari hasil jawaban kuisisioner yang diisi oleh responden wisatawan domestik dan wisatawan Cina yang pernah mengunjungi Bali dalam 5 tahun terakhir. Sedangkan data sekunder diperoleh dari jurnal-jurnal yang meneliti hal yang serupa.

Definisi Operasional Variabel

Penelitian ini memiliki hanya memiliki satu macam variabel, yaitu variabel bebas (*independent variable*). Variabel bebas dalam penelitian ini adalah:

a. Atribut keseluruhan (X1)

Atribut keseluruhan merupakan kategori atribut yang mencakup empat atribut dengan indikator yang tidak terlalu banyak, yaitu atribut nilai, atribut lokasi, atribut keamanan, serta atribut *image*. Adapun indikatornya adalah sebagai berikut:

- Harga kamar yang sesuai
- Kamar termasuk makan pagi
- Reputasi hotel baik
- Ulasan positif dari internet
- Kemudahan dari hotel menuju bandara
- Kemudahan dari hotel menuju tempat wisata
- Lokasi hotel dekat dengan pantai
- Hotel memiliki lokasi dengan pemandangan yang indah
- Lokasi hotel merupakan lokasi yang tenang
- Lokasi hotel mudah untuk mencari tempat makan
- Lokasi hotel aman
- Hotel memiliki program *membership*

b. Atribut layanan dan fasilitas (X2)

Atribut layanan dan fasilitas merupakan atribut yang meliputi kualitas dan sikap dari staf hotel, serta meliputi berbagai macam fasilitas hotel, adapun indikatornya adalah sebagai berikut:

- Staf hotel ramah
- Staf hotel sopan
- Staf hotel memberikan layanan dengan cepat

- Kemampuan staf hotel untuk berbahasa asing
- Hotel menyediakan layanan *room service* 24 jam
- Hotel memiliki kolam berenang
- Hotel memiliki fasilitas kebugaran
- Hotel memiliki taman bermain anak-anak
- Hotel memiliki fasilitas antar jemput dari dan ke bandara
- Hotel menyediakan *wi-fi* gratis
- Hotel memiliki fasilitas *laundry*
- Hotel memiliki ruangan *business center*

c. Atribut kamar (X3)

Atribut kamar merupakan atribut yang meliputi keadaan kamar, serta fasilitas yang ada di dalam kamar, adapun indikatornya adalah sebagai berikut:

- Ukuran kamar yang luas
- Kamar hotel bersih
- Ukuran tempat tidur yang luas
- Kamar menyediakan *amenities* (seperti: handuk, sikat gigi, pasta gigi, sabun, sampo, *shower cap*)
- Ukuran kamar mandi yang memadai
- Kamar mandi yang bersih

d. Atribut makanan dan minuman (X4)

Atribut makanan dan minuman merupakan atribut yang meliputi ketersediaan serta kualitas dari makanan dan minuman di dalam hotel, adapun indikatornya adalah sebagai berikut:

- Hotel memiliki banyak pilihan restoran di dalam hotel
- Restoran yang ada di dalam hotel bersih
- *Bar/lounge* yang ada di dalam hotel bersih
- Kualitas makanan di restoran hotel baik
- Kualitas minuman di restoran hotel baik
- Kualitas makanan di *bar/lounge* hotel baik
- Kualitas minuman di *bar/lounge* hotel baik
- Kualitas makanan *room service* baik
- Kualitas minuman *room service* baik
- Harga makanan yang terjangkau
- Harga makanan dan minuman yang terjangkau

Teknik Analisa Data

Setelah data terkumpul, analisa data dilakukan dengan metode yang sesuai dengan tujuan agar Setelah kuisioner disebarkan dan terkumpul kembali, hasil diolah menggunakan bantuan dari program *Statistical Package for Social Sciences* (SPSS). Teknik analisa yang digunakan adalah analisa kuantitatif dengan menggunakan rumus-rumus statistik.

ANALISA DAN PEMBAHASAN

Profil Responden

Untuk responden wisatawan domestik, berdasarkan profilnya, dapat diketahui bahwa terdapat jumlah yang sama antara responden wisatawan domestik dengan jenis kelamin laki-laki dan perempuan, yaitu 139 orang untuk masing-masing jenis kelamin. Berdasarkan usianya, mayoritas responden berusia 17-23 tahun (61,51%). Mayoritas responden memiliki tingkat pendidikan sarjana atau S1 (50,00%). Responden mayoritas berprofesi pelajar atau mahasiswa (42,09%). Mayoritas responden memiliki penghasilan di bawah Rp 5.000.000,00 (50,72%). Sedangkan berdasarkan perilaku responden, dapat diketahui bahwa wisatawan domestik kebanyakan mengunjungi Bali 2-3 kali dalam 5 tahun terakhir (45,68%). Kebanyakan wisatawan mengunjungi Bali dengan keluarganya (56,12%), dan kebanyakan menginap di hotel bintang 3 saat mengunjungi Bali (38,85%).

Sedangkan untuk responden wisatawan Cina, berdasarkan profilnya, dapat diketahui bahwa lebih banyak responden wisatawan Cina dengan jenis kelamin perempuan (50,52%), namun dengan perbedaan yang tidak terlalu banyak dengan responden berjenis kelamin laki-laki. Berdasarkan usianya, mayoritas responden berusia 24-37 tahun (44,95%). Mayoritas responden memiliki tingkat pendidikan sarjana atau S1 (52,96%). Responden mayoritas berprofesi sebagai pegawai swasta (28,22%). Responden wisatawan Cina paling banyak terdiri dari kelompok responden dengan penghasilan rata-rata ¥ 4.801 sampai ¥ 7.200, atau setara dengan Rp 10.000.001,00 sampai Rp 15.000.000,00, yaitu 35,89%. Sedangkan berdasarkan perilaku responden, dapat diketahui bahwa responden wisatawan Cina kebanyakan mengunjungi Bali hanya satu kali dalam 5 tahun terakhir (71,08%). Kebanyakan wisatawan Cina mengunjungi Bali dengan teman atau rekan kerjanya (41,11%), dan kebanyakan menginap di hotel bintang 1 atau bintang 2 (hotel *budget*) saat mengunjungi Bali (36,59%).

Analisa Statistik Deskriptif

Penulis melakukan pengkategorian dengan melihat nilai *mean* dari setiap pertanyaan yang diperoleh dengan cara menentukan nilai interval yang dibedakan menjadi kelas-kelas. Adapun nilai *mean* yang terbentuk adalah sebagai berikut: nilai *mean* 1,00 – 1,80 memiliki arti sangat tidak penting, nilai *mean* 1,81 – 2,60 memiliki arti tidak penting, nilai *mean* 2,61 – 3,40 memiliki arti cukup penting, nilai *mean* 3,41 – 4,20 memiliki arti penting, nilai *mean* 4,21 – 5,00 memiliki arti sangat penting. Berikut ini adalah tabel data deskripsi tingkat kepentingan atribut hotel oleh wisatawan domestik dan wisatawan Cina dalam memilih hotel di Bali.

Tabel 2 Tingkat Kepentingan Atribut Hotel

No.	Indikator	Wisatawan	
		Domestik	Cina
X1	Atribut keseluruhan	4.04	3.69
X2	Atribut layanan dan fasilitas	3.21	3.30
X3	Atribut kamar	4.16	3.83
X4	Atribut <i>food and beverage</i>	2.19	1.74

Berdasarkan Tabel 2 di atas, dapat diketahui bahwa baik untuk wisatawan domestik maupun wisatawan Cina menilai atribut kamar sebagai atribut yang paling penting, lalu diikuti dengan atribut keseluruhan, lalu atribut layanan dan fasilitas, dan atribut *food and beverage* dinilai sebagai atribut yang paling tidak penting. Berikut merupakan tabel data deskripsi tingkat kepentingan masing-masing indikator per atributnya, dimulai dari atribut yang dinilai paling penting, yaitu atribut kamar:

Tabel 3 Tingkat Kepentingan Indikator Atribut Kamar

No.	Indikator	Wisatawan Domestik	Wisatawan Cina
X3.1	Ukuran kamar yang luas	4.21	3.57
X3.2	Kamar hotel yang bersih	4.92	4.72
X3.3	Ukuran tempat tidur yang luas	4.43	3.25
X3.4	Kamar menyediakan <i>amenities</i> (seperti: handuk, sikat gigi, pasta gigi, sabun, sampo, <i>shower cap</i>)	2.10	3.78
X3.5	Ukuran kamar mandi yang memadai	4.43	3.40
X3.6	Kamar mandi yang bersih	4.92	4.27

Tabel 3 menunjukkan bahwa indikator dari atribut kamar yang dinilai paling penting bagi wisatawan domestik adalah indikator kamar mandi yang bersih (X3.6), sedangkan bagi wisatawan Cina adalah indikator kamar hotel yang bersih (X3.3). Berikut adalah tabel data deskripsi tingkat kepentingan masing-masing indikator dari atribut keseluruhan:

Tabel 4 Tingkat Kepentingan Indikator Atribut Keseluruhan

No.	Indikator	Wisatawan Domestik	Wisatawan Cina
X1.1	Harga kamar yang sesuai	4.73	4.35
X1.2	Harga kamar termasuk makan pagi	3.96	3.17
X1.3	Reputasi hotel baik	4.59	4.48
X1.4	Ulasan positif dari internet	4.39	4.31
X1.5	Kemudahan dari hotel menuju bandara	3.49	3.28
X1.6	Kemudahan dari hotel menuju tempat wisata	4.00	3.92
X1.7	Hotel memiliki lokasi dengan pemandangan yang indah	3.80	3.44
X1.8	Lokasi hotel merupakan lokasi yang tenang	3.62	2.92
X1.9	Lokasi hotel mudah untuk mencari tempat makan	4.19	3.77
X1.10	Lokasi hotel aman	4.88	4.80
X1.11	Hotel memiliki program <i>membership</i>	2.77	2.20

Tabel 4 menunjukkan bahwa indikator dari atribut keseluruhan yang dinilai paling penting bagi wisatawan domestik dan wisatawan Cina adalah indikator lokasi hotel aman (X1.10). Berikut adalah tabel data deskripsi tingkat kepentingan masing-masing indikator dari atribut layanan dan fasilitas:

Tabel 5 Tingkat Kepentingan Indikator Atribut Layanan dan Fasilitas

No.	Indikator	Wisatawan Domestik	Wisatawan Cina
X2.1	Staf hotel ramah	4.59	3.81
X2.2	Staf hotel sopan	4.60	3.68
X2.3	Staf hotel memberikan layanan dengan cepat	4.48	3.60
X2.4	Hotel menyediakan layanan <i>room service</i> 24 jam	2.53	3.09
X2.5	Hotel memiliki kolam renang	2.59	2.85
X2.6	Hotel memiliki fasilitas kebugaran	2.09	2.66
X2.7	Hotel memiliki taman bermain anak-anak	1.96	2.40
X2.8	Hotel memiliki fasilitas antar jemput dari dan ke bandara	2.10	3.67
X2.9	Hotel menyediakan <i>wi-fi</i> gratis	4.64	4.67
X2.10	Hotel memiliki ruangan <i>business center</i>	2.47	2.53

Tabel 5 menunjukkan bahwa indikator dari atribut layanan dan fasilitas yang dinilai paling penting bagi wisatawan domestik dan wisatawan Cina adalah indikator hotel menyediakan *wi-fi* gratis (X2.9). Berikut adalah tabel data deskripsi tingkat kepentingan masing-masing indikator dari atribut *food and beverage*:

Tabel 6 Tingkat Kepentingan Indikator Atribut *Food and Beverage*

No.	Indikator	Wisatawan Domestik	Wisatawan Cina
X4.1	Hotel memiliki banyak pilihan restoran di dalam hotel	2.22	1.94
X4.2	Restoran yang ada di dalam hotel bersih	2.59	1.86
X4.3	<i>Bar/lounge</i> yang ada di dalam hotel bersih	2.19	1.92
X4.4	Kualitas makanan di restoran hotel baik	2.19	2.25
X4.5	Kualitas minuman di restoran hotel baik	1.97	1.55
X4.6	Kualitas makanan di <i>bar/lounge</i> hotel baik	1.73	1.58
X4.7	Kualitas minuman di <i>bar/lounge</i> hotel baik	1.97	2.01
X4.8	Kualitas makanan <i>room service</i> hotel baik	1.86	1.37
X4.9	Kualitas minuman <i>room service</i> hotel baik	1.83	1.19
X4.10	Harga makanan di dalam hotel terjangkau	2.78	1.74
X4.11	Harga minuman di dalam hotel terjangkau	2.77	1.74

Tabel 6 menunjukkan bahwa indikator dari atribut *food and beverage* yang dinilai paling penting bagi wisatawan domestik adalah indikator harga makanan di dalam hotel terjangkau (X4.10), sedangkan bagi wisatawan Cina adalah indikator kualitas makanan di restoran hotel baik (X4.4).

Hasil Analisis Faktor

Dalam penelitian ini, analisis faktor digunakan untuk mengetahui faktor-faktor apa saja yang penting dan paling berkontribusi bagi wisatawan domestik dan wisatawan Cina dalam memilih hotel di Bali. Analisis faktor ini dilakukan dengan menggunakan 38 indikator, dan dianalisis menggunakan *Statistical Program for Social Science (SPSS)*. Hasil analisis faktor untuk wisatawan domestik membentuk 8 faktor baru, yang dapat dilihat melalui tabel berikut:

Tabel 7 Hasil Analisis Faktor Wisatawan Domestik

No.	Faktor Baru	Nama Variabel <i>Loading</i>	<i>Loading</i> Varians	% Varians
1	Makanan dan minuman	Kualitas makanan di <i>bar/lounge</i> hotel baik	0.897	16.549
		Kualitas minuman di restoran hotel baik	0.887	
		Kualitas makanan di restoran hotel baik	0.858	
		Kualitas minuman <i>room service</i> hotel baik	0.838	
		Kualitas minuman di <i>bar/lounge</i> hotel baik	0.822	
		Kualitas makanan <i>room service</i> hotel baik	0.819	
		<i>Bar/lounge</i> yang ada di dalam hotel bersih	0.809	
		Restoran yang ada di dalam hotel bersih	0.766	
2	Lokasi dan layanan hotel	Lokasi hotel mudah untuk mencari tempat makan	0.794	12.409
		Kemudahan dari hotel menuju tempat wisata	0.784	
		Kemudahan dari hotel menuju bandara	0.622	
		Hotel menyediakan <i>wi-fi</i> gratis	0.617	
		Hotel memiliki fasilitas antar jemput dari dan ke bandara	0.608	
		Lokasi hotel merupakan lokasi yang tenang	0.589	
		Hotel memiliki lokasi dengan pemandangan yang indah	0.573	
		Hotel menyediakan layanan <i>room service</i> 24 jam	0.507	
		Hotel memiliki banyak pilihan restoran di dalam hotel	0.403	
3	Fasilitas	Hotel memiliki program <i>membership</i>	0.755	9.230
		Hotel memiliki ruangan <i>business center</i>	0.695	
		Hotel memiliki taman bermain anak-anak	0.686	
		Hotel memiliki kolam renang	0.655	
		Hotel memiliki fasilitas kebugaran	0.644	
4	Kualitas layanan	Staf hotel ramah	0.862	6.289
		Staf hotel sopan	0.811	
		Staf hotel memberikan layanan dengan cepat	0.670	
5	Kenyamanan dan <i>value for money</i>	Kamar hotel yang bersih	0.767	5.887
		Kamar mandi yang bersih	0.688	
		Lokasi hotel aman	0.656	
		Kamar menyediakan <i>amenities</i> (seperti: handuk, sikat gigi, pasta gigi, sabun, sampo, <i>shower cap</i>)	-0.411	
		Harga kamar yang sesuai	0.299	
6	Harga makanan dan minuman	Harga minuman di dalam hotel terjangkau	0.772	4.857
		Harga makanan di dalam hotel terjangkau	0.762	
7	Ukuran kamar	Ukuran tempat tidur yang luas	0.764	4.817
		Ukuran kamar yang luas	0.713	
		Ukuran kamar mandi yang memadai	0.463	
8	<i>Image</i> hotel dan makan pagi	Ulasan positif dari internet	0.680	4.757
		Harga kamar termasuk makan pagi	0.625	
		Reputasi hotel baik	0.623	

Faktor pertama adalah faktor makanan dan minuman, dengan nilai *eigenvalue* sebesar 8,551, serta memiliki kontribusi sebesar 16,549% bagi wisatawan domestik dalam memilih hotel di Bali. Faktor kedua adalah faktor lokasi dan layanan hotel, dengan nilai *eigenvalue* sebesar 5,516, serta kontribusi sebesar 12,409% bagi wisatawan domestik dalam memilih hotel di Bali. Faktor ketiga adalah faktor fasilitas, dengan nilai *eigenvalue* sebesar 3,058, serta kontribusi sebesar 9,23%. Faktor keempat adalah faktor kualitas layanan, dengan nilai *eigenvalue* sebesar 2,347, dan kontribusi sebesar 6,289%. Faktor kelima adalah faktor kenyamanan dan *value for money*, dengan nilai *eigenvalue* sebesar 1,1507, dan kontribusi sebesar 5,887%. Faktor keenam adalah faktor harga makanan dan minuman, dengan nilai *eigenvalue* sebesar 1,330, serta kontribusi sebesar 4,857%. Faktor ketujuh adalah faktor ukuran kamar, dengan nilai *eigenvalue* sebesar 1,186, dan kontribusi sebesar 4,817%. Faktor kedelapan adalah faktor *image* hotel dan makan pagi, dengan nilai *eigenvalue* sebesar 1,127, serta kontribusi sebesar 4,757%.

Sedangkan hasil analisis faktor untuk wisatawan Cina membentuk 6 faktor baru, yang dapat dilihat melalui tabel berikut:

Tabel 8 Hasil Analisis Faktor Wisatawan Cina

No.	Faktor Baru	Nama Variabel <i>Loading</i>	<i>Loading</i> Varians	% Varians
1	Fasilitas hotel dan kualitas makanan dan minuman	Hotel memiliki fasilitas kebugaran	0.829	23.879
		Hotel memiliki taman bermain anak-anak	0.787	
		Hotel memiliki banyak pilihan restoran di dalam hotel	0.777	
		Hotel memiliki kolam renang	0.770	
		Kualitas minuman di <i>bar/lounge</i> hotel baik	0.770	
		Hotel memiliki program <i>membership</i>	0.750	
		Kualitas makanan di <i>bar/lounge</i> hotel baik	0.748	
		Kualitas makanan di restoran hotel baik	0.748	
		Hotel memiliki ruangan <i>business center</i>	0.731	
		Lokasi hotel merupakan lokasi yang tenang	0.698	
		Kualitas minuman di restoran hotel baik	0.684	
		Hotel menyediakan layanan <i>room service</i> 24 jam	0.650	
		<i>Bar/lounge</i> yang ada di dalam hotel bersih	0.627	
		Restoran yang ada di dalam hotel bersih	0.619	
2	Kamar dan kualitas layanan staf	Ukuran tempat tidur yang luas	0.830	14.655
		Ukuran kamar mandi yang memadai	0.798	
		Harga kamar termasuk makan pagi	0.798	
		Ukuran kamar yang luas	0.768	
		Kemudahan dari hotel menuju bandara	0.693	
		Staf hotel ramah	0.674	
		Staf hotel sopan	0.654	
		Staf hotel memberikan layanan dengan cepat	0.648	
3	Lokasi hotel dan fasilitas kamar	Kemudahan dari hotel menuju tempat wisata	0.759	10.349
		Kamar mandi yang bersih	0.757	
		Lokasi hotel mudah untuk mencari tempat makan	0.710	
		Kamar menyediakan <i>amenities</i> (seperti: handuk, sikat gigi, pasta gigi, sabun, sampo, <i>shower cap</i>)	0.684	
		Hotel memiliki lokasi dengan pemandangan yang indah	0.677	
		Hotel memiliki fasilitas antar jemput dari dan ke bandara	0.523	

Tabel 8 Hasil Analisis Faktor Wisatawan Cina (sambungan)

No.	Faktor Baru	Nama Variabel <i>Loading</i>	<i>Loading</i> Varians	% Varians
4	<i>Image</i> dan kenyamanan hotel	Lokasi hotel aman	0.799	7.420
		Kamar hotel yang bersih	0.730	
		Reputasi hotel baik	0.653	
		Ulasan positif dari internet	0.582	
		Harga kamar yang sesuai	0.571	
		Hotel menyediakan <i>wi-fi</i> gratis	0.533	
5	<i>Room service</i>	Kualitas minuman <i>room service</i> hotel baik	0.798	5.083
		Kualitas makanan <i>room service</i> hotel baik	0.777	
6	Harga makanan dan minuman	Harga minuman di dalam hotel terjangkau	0.768	4.389
		Harga makanan di dalam hotel terjangkau	0.664	

Faktor yang pertama adalah faktor fasilitas hotel dan kualitas makanan dan minuman, dengan nilai *eigenvalue* sebesar 13,015, dan kontribusi sebesar 23,879% bagi wisatawan Cina dalam memilih hotel di Bali. Faktor kedua adalah faktor kamar dan kualitas layanan staf, dengan nilai *eigenvalue* sebesar 4,246, dan kontribusi sebesar 14,655%. Faktor ketiga adalah faktor lokasi hotel dan fasilitas kamar, dengan nilai *eigenvalue* sebesar 2,806, dan kontribusi sebesar 10,349%. Faktor keempat adalah faktor *image* dan kenyamanan hotel, dengan nilai *eigenvalue* sebesar 2,486, serta kontribusi sebesar 8,03%. Faktor kelima adalah faktor *room service*, dengan nilai *eigenvalue* sebesar 1,458, serta kontribusi sebesar 5,083%. Faktor keenam adalah faktor harga makanan dan minuman, dengan nilai *eigenvalue* sebesar 1,137, serta kontribusi sebesar 4,389%.

KESIMPULAN DAN SARAN

Kesimpulan

1. Atribut yang dinilai paling penting bagi wisatawan domestik dalam memilih hotel di Bali adalah atribut kamar, lalu diikuti dengan atribut keseluruhan, atribut layanan dan fasilitas, dan atribut *food and beverage* yang dinilai paling tidak penting.
2. Atribut yang dinilai paling penting bagi wisatawan Cina dalam memilih hotel di Bali adalah atribut kamar, lalu diikuti dengan atribut keseluruhan, atribut layanan dan fasilitas, dan atribut *food and beverage* yang dinilai paling tidak penting.
3. Bagi wisatawan domestik, terdapat 8 atribut-atribut baru yang terbentuk yang dinilai penting dalam memilih hotel di Bali. Atribut makanan dan minuman (16,55%) merupakan atribut dengan kontribusi paling besar bagi wisatawan domestik dalam memilih hotel di Bali, yang diikuti dengan atribut lokasi dan layanan hotel (12,41%), atribut fasilitas (9,23%), atribut kualitas layanan (6,289%), atribut kenyamanan dan *value for money* (5,89%), atribut harga makanan dan minuman (4,86%), atribut ukuran kamar (4,82%), dan terakhir atribut yang memiliki kontribusi paling sedikit adalah atribut *image* hotel dan makan pagi (4,76%).
4. Bagi wisatawan Cina, terdapat 6 atribut-atribut baru yang terbentuk yang dinilai penting dalam memilih hotel di Bali. Atribut fasilitas hotel dan kualitas makanan dan minuman (23,88%) merupakan atribut dengan kontribusi paling besar bagi wisatawan Cina dalam memilih hotel di Bali, lalu diikuti dengan atribut kamar dan kualitas layanan staf (14,66%), atribut lokasi hotel dan fasilitas kamar (10,35%), atribut *image* dan kenyamanan hotel (7,42%), atribut *room service* (5,08%), dan atribut yang memiliki kontribusi paling sedikit adalah atribut harga makanan dan minuman (4,39%).

Saran

1. Penulis memberikan beberapa saran bagi pengelola hotel di Bali, yaitu sebagai berikut:
 - 1) Bagi wisatawan domestik, pengelola hotel bisa lebih menekankan pada layanan hotel, kemudahan aksesibilitas hotel, serta fasilitas hotel. Makan pagi, maupun harga makanan dan minuman cenderung tidak memiliki kontribusi yang tinggi karena wisatawan domestik merupakan orang lokal yang mudah untuk mencari hal-hal tersebut di luar hotel apabila yang disediakan hotel tidak sesuai dengan keadaan wisatawan domestik.
 - 2) Bagi wisatawan Cina, pengelola hotel bisa lebih menekankan pada fasilitas hotel, kualitas makanan dan minuman, kamar, serta layanan, karena wisatawan Cina merupakan wisatawan asing yang asing terhadap lingkungan di Bali, sehingga apabila membutuhkan hal-hal tersebut, mereka akan cenderung untuk mencari dari dalam hotel.
 - 3) Karena atribut kamar dinilai penting oleh wisatawan domestik dan wisatawan Cina, maka pengelola hotel di Bali disarankan dapat menonjolkan kamar yang ditawarkan dalam pemasarannya.
2. Penulis memberikan beberapa saran bagi penelitian selanjutnya, sebagai berikut:
 - 1) Penelitian selanjutnya dapat melakukan wawancara singkat dengan wisatawan terkait, untuk mendapatkan jawaban yang lebih mendalam mengenai atribut-atribut yang dinilai penting bagi wisatawan dalam memilih hotel di Bali.
 - 2) Penelitian selanjutnya, bisa diperluas ke kelompok wisatawan Australia dan Uni Eropa, sebagai kelompok wisatawan mancanegara kedua dan ketiga yang paling banyak mengunjungi Bali, setelah kelompok wisatawan Cina.

DAFTAR REFERENSI

- Adiakurnia, M. I. (2018, February 10). Genjot Kunjungan Wisman, 5 Negara Ini Disasar Kemenpar. Retrieved September 11, 2018, from <https://travel.kompas.com/read/2018/02/10/140700327/genjot-kunjungan-wisman-5-negara-ini-disasar-kemenpar>
- Atkinson, A. (1988). Answering the Eternal Question: What Does the Customer Want. *Cornell Hotel and Restaurant Administration Quarterly*,29(12). doi:10.1177/001088048802900209
- Badan Pusat Statistik. (2018). Jumlah Kunjungan Wisatawan Mancanegara per Bulan ke Indonesia Menurut Pintu Masuk, 2008-2017. Retrieved September 12, 2018, from <https://www.bps.go.id/linkTableDinamis/view/id/807>
- Badan Pusat Statistik Provinsi Bali. (2018, June 3). Number of Domestic Visitor to Bali by Month, 2004-2017. Retrieved September 19, 2018, from <https://bali.bps.go.id/statictable/2018/02/09/29/kunjungan-wisatawan-domestik-ke-bali-per-bulan-2004-2017.html>
- Country Comparison. (n.d.). Retrieved October 24, 2018, from <https://www.hofstede-insights.com/country-comparison/china,indonesia/>
- Dolnicar, S., & Otter, T. (2003). Which Hotel attributes Matter? A review of previous and a framework for future research. *Proceedings of the 9th Annual Conference of the Asia Pacific Tourism Association (APTA)*,1, 176-188.
- Gilbert, D., & Tsao, J. (2000). Exploring Chinese cultural influences and hospitality marketing relationships. *International Journal of Contemporary Hospitality Management*,12(1), 45-53.
- Irawan, M. H. (2014). *Analisa preferensi wisatawan domestik asal Surabaya dalam pemilihan akomodasi di Bali*. (TA No. 35010187/MAN/2014). Undergraduate Thesis, Universitas Kristen Petra, Surabaya.
- Kementrian Pariwisata. (2018). Jumlah Kunjungan Wisatawan Mancanegara Menurut Pintu Masuk dan Kebangsaan. Retrieved September 12, 2018, from [http://www.kemenpar.go.id/userfiles/12_Lapbul Des 2017 \(Angka Revisi\).pdf](http://www.kemenpar.go.id/userfiles/12_Lapbul%20Des%202017%20(Angka%20Revisi).pdf)
- Lakstara, I. M. (1984). *Pengantar Perhotelan*. Bali: Diklat NHI.
- Reisinger, Y., & Turner, L. (1997). Cross-cultural differences in tourism: Indonesian tourists in Australia. *Tourism Management*,18(3), 139-147.
- Rhee, H. T., & Yang, S. B. (2015). How does hotel attribute importance vary among different travelers? An exploratory case study based on a conjoint analysis. *Electronic Markets*,25(3), 211-226.
- TripAdvisor. (2018). Best Destinations in the World - Travelers' Choice Awards. Retrieved September 11, 2018, from <https://www.tripadvisor.com/TravelersChoice-Destinations>
- Tsai, H., Yeung, S., & Yim, P. H. (2011). Hotel Selection Criteria Used by Mainland Chinese and Foreign Individual Travelers to Hong Kong. *International Journal of Hospitality & Tourism Administration*,12, 252-267. Retrieved September 11, 2018, from https://www.researchgate.net/publication/232992419_Hotel_Selection_Criteria_Used_by_Mainland_Chinese_and_Foreign_Individual_Travelers_to_Hong_Kong.
- Zhou, L., Ye, S., Wu, M., & Pearce, P. L. (2014). Refreshing hotel satisfaction studies by re-configuring customer review data. *International Journal of Hospitality Management*,38, 1-10.