

PREFERENSI WISATAWAN MANCANEgara DALAM MEMILIH HOTEL BERBINTANG DI KOTA SURABAYA

Sharon, Meyske, Monika Kristanti

Program Manajemen Perhotelan, Program Studi Manajemen

Fakultas Bisnis dan Ekonomi, Universitas Kristen Petra

Jl. Siwalankerto 121-131, Surabaya

Email : sharonangelina98@yahoo.com, meyskeong@gmail.com

Abstrak

Penelitian ini dilakukan untuk mengetahui atribut hotel yang paling penting bagi wisatawan mancanegara dalam memilih hotel berbintang di Kota Surabaya dan meneliti perbedaan preferensi wisatawan mancanegara dalam memilih atribut hotel dilihat dari segi jenis kelamin, status menikah, motivasi bepergian, dan kelompok umur. Teknik analisa yang digunakan dalam penelitian ini adalah statistik deskriptif dengan menggunakan uji *independent sample t-test* dan *one-way ANOVA*. Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa reputasi hotel yang baik adalah atribut hotel yang paling penting bagi wisatawan mancanegara. Penelitian ini pun menunjukkan bahwa terdapat perbedaan yang signifikan preferensi atribut hotel dilihat dari jenis kelamin, status menikah, dan motivasi bepergian. Namun, tidak terdapat perbedaan yang signifikan preferensi atribut hotel dilihat dari kelompok umur.

Kata kunci : Atribut Hotel, Pemilihan Hotel, Hotel Berbintang di Kota Surabaya.

Abstract

This study was conducted to determine the most important hotel attributes for foreign tourists in choosing starred hotels in Surabaya city and examine the differences in preferences of foreign tourists in choosing hotel attributes in terms of gender, marital status, travel motivation, and age groups. The analysis technique used in this research is descriptive statistics using the independent sample t-test and one-way ANOVA test. The results of this study indicate that a good hotel reputation is the most important hotel attribute for foreign tourists. This study also shows that there are significant differences in preferences for hotel attributes in terms of gender, marital status, and travel motivation. However, there is no significant difference in the preferences of hotel attributes seen from the age groups.

Keywords : Hotel Attributes, Selection of Hotels, Starred Hotels in Surabaya

PENDAHULUAN

Di Kota Surabaya, terdapat 97 unit hotel yang diklasifikasikan sebagai hotel berbintang dan 142 unit hotel non-bintang yang terdaftar dalam Badan Pusat Statistik Kota Surabaya (Badan Pusat Statistik, 2019). Hotel-hotel di Kota Surabaya semakin berkembang dengan pesat seiring berjalannya waktu. Hotel-hotel yang mulai muncul ini dibangun untuk memenuhi kebutuhan dan mengakomodasi keperluan serta kepentingan masyarakat (Emmanuel, 2015).

Jumlah wisatawan mancanegara ke Kota Surabaya yang tercatat pada tahun 2018 sebanyak 1,728,194 pengunjung. Banyaknya kunjungan wisatawan mancanegara pada tahun 2018 mengalami peningkatan 9,2% dari tahun 2017. Banyaknya tamu asing di hotel berbintang Kota Surabaya sebanyak 91.971 orang, sedangkan banyaknya tamu asing di hotel non-bintang di Kota Surabaya sebanyak 59 orang (Badan Pusat Statistik, 2018). Selama tiga tahun terakhir (tahun 2016-2019), kunjungan wisatawan asing ke Jawa Timur meningkat. Naiknya tingkat kunjungan wisatawan tersebut turut mendorong perkembangan jasa akomodasi seperti hotel berbintang, *homestay*, atau penginapan lain (Rohman, 2019). Salah satu hal yang memiliki peran yang cukup besar dalam pengambilan keputusan seseorang ialah atribut hotel (Chang dan Wong, 2005). Atribut hotel dalam setiap hotel berbeda-beda, yang dapat dilihat dari bintang hotel tersebut.

Faktor demografi dapat mempengaruhi seseorang dalam memilih dan mempertimbangkan atribut hotel yang ada. Demografi melatarbelakangi konsumen dalam keputusan pembelian seperti selera, kebutuhan, dan keinginan konsumen. Variabel-variabel dalam demografi seperti usia, jenis kelamin, dan status perkawinan dapat mempengaruhi pola perilaku konsumen melalui perbedaan-perbedaan sikap dan persepsi yang ditimbulkan (Darmayanti, 2012).

Williams, Baber, dan Kaurav (2016) meneliti mengenai preferensi wisatawan mancanegara yang datang ke India dalam memilih hotel. Terdapat 30 indikator atribut hotel yang digunakan seperti kebersihan, parkir kendaraan, keamanan dan perlindungan, keramahan staf, kualitas pelayanan, adanya internet, dan lainnya. Penelitiannya melihat atribut hotel mana yang paling penting bagi wisatawan mancanegara menggunakan rata-rata dan perbedaan dari sub-kelompok wisatawan seperti jenis kelamin, kelompok umur, status menikah, dan motivasi bepergian terhadap atribut hotel. Hasil dari penelitian tersebut mengatakan bahwa atribut hotel yang paling penting yaitu kebersihan hotel, diikuti parkir yang tersedia serta keamanan dan perlindungan. Wisatawan mancanegara yang berusia di atas 30 tahun menilai atribut hotel berdasarkan sikap dan tanggapan staf, kualitas layanan, keamanan yang ditawarkan, dan ketersediaan internet. Sedangkan wisatawan mancanegara yang berusia antara 18-30 tahun lebih santai dalam pendekatan dan tidak memilih atribut apa pun untuk pemilihan hotel.

Jumlah wisatawan mancanegara yang datang ke Kota Surabaya dan jumlah hotel berbintang di Kota Surabaya semakin meningkat per tahunnya. Peneliti memilih wisatawan mancanegara sebagai subjek yang diteliti karena adanya peningkatan jumlah wisatawan mancanegara yang datang ke Kota Surabaya pada tahun 2017-2018. Alasan peneliti memilih hotel berbintang karena tingkat hunian wisatawan mancanegara yang datang ke Kota Surabaya lebih banyak menginap di hotel berbintang dibandingkan hotel non-bintang. Peneliti hanya menggunakan faktor demografi untuk melihat perbedaan wisatawan mancanegara dalam menentukan atribut hotel. Faktor demografi lebih menunjukkan perbedaan yang mudah dipahami dibandingkan dengan menggunakan faktor psikografi yang menganalisis gaya hidup yaitu aktivitas dan opini seseorang

yaitu. Gaya hidup menunjukkan bagaimana orang hidup, bagaimana membelanjakan uangnya, dan bagaimana mengalokasikan waktu (Mowen & Minor, 2002).

Berdasarkan fenomena di atas, peneliti ingin mereplika jurnal Alananzeh, Al-Badarneh, Maaiah, dan Al-Mkhadmeh (2018) dan jurnal penelitian Williams, Baber, dan Kaurav (2016). Peneliti akan meneliti mengenai preferensi wisatawan mancanegara dalam memilih hotel berbintang di Kota Surabaya menggunakan atribut hotel dan melihat perbedaan dari *sub-groups* yaitu jenis kelamin, kelompok umur, status menikah, dan motivasi bepergian terhadap atribut hotel.

Berdasarkan latar belakang yang telah dikemukakan di atas, dapat ditarik pertanyaan penelitian, antara lain :

1. Atribut hotel apa yang paling penting bagi wisatawan mancanegara dalam memilih hotel berbintang di Kota Surabaya?
2. Apakah terdapat perbedaan yang signifikan preferensi atribut hotel dilihat dari jenis kelamin?
3. Apakah terdapat perbedaan yang signifikan preferensi atribut hotel dilihat dari kelompok umur?
4. Apakah terdapat perbedaan yang signifikan preferensi atribut hotel dilihat dari status menikah?
5. Apakah terdapat perbedaan yang signifikan preferensi atribut hotel dilihat dari motivasi bepergian?

TEORI PENUNJANG

Atribut Hotel

Atribut hotel memainkan peran besar dalam pikiran para wisatawan ketika menentukan opsi akomodasi. Hotel yang menawarkan atribut yang lebih baik daripada hotel lain akan cenderung memenangkan pikiran dan hati pelanggan. Misalnya, ketika konsumen memesan hotel, konsumen dapat mempertimbangkan harga, bintang hotel, lokasi, dan lain-lain. Pertimbangan pertama dari konsumen adalah kondisi akomodasi kamar nyaman dan aman lalu faktor kualitas layanan (Jang, Liu, Hye & Yang, 2018).

Alananzeh, Al-Badarneh, Maaiah, dan Al-Mkhadmeh (2018) menjelaskan atribut hotel dapat dikategorikan berdasarkan gambar, fitur fisik, harga dan nilai, lokasi, dan staf. Williams, Baber, dan Kaurav (2016) menunjukkan bahwa atribut hotel yang paling penting yaitu kebersihan hotel, diikuti parkir yang tersedia serta keamanan dan perlindungan. Lewis (1984) menunjukkan bahwa kualitas dan kebersihan adalah atribut hotel yang paling penting mempengaruhi kepuasan wisatawan dan pilihan hotel. Knutson (1988) menyebutkan bahwa wisatawan yang bertujuan untuk berlibur sangat mengutamakan keselamatan dan keamanan hotel. Choorichom (2012) menunjukkan bahwa keamanan dan keselamatan adalah atribut yang paling penting diikuti oleh aspek fisik kemudian kualitas layanan dan akhirnya lokasi dan kualitas layanan kamar. Wisatawan tertarik pada aspek estetika hotel di samping luasnya tempat-tempat umum, kamar tamu, jaringan hotel, dan lokasi (Kumer & Singh, 2014). Lokasi di tempat pertama, rekomendasi kerabat dan agen perjalanan, harga, pengalaman pribadi, promosi dan fasilitas memainkan peran penting dalam pilihan hotel dalam studi (Baruca & Civre, 2012).

Tabel 1 Atribut Hotel

No.	48 Indikator pada penelitian Alananzeh, Al-Badarneh, Maaiah, dan Al-Mkhadmeh (2018)	30 Indikator pada Penelitian Williams, Baber, dan Kaurav (2016)	33 Indikator Hotel Atribut yang Digunakan Peneliti
1	<i>Manager is seen to be available for guest</i>	<i>Presence of manager</i>	<i>Presence of manager</i>
2	<i>Its safety and security</i>	<i>Security & protection</i>	<i>Security & protection</i>
3	<i>Security of hotel and surrounding area</i>		
4	<i>Reputation of hotel</i>		
5	<i>Hotel is part of a reputable chain</i>		<i>Reputation of hotel</i>
6	<i>Star rating and room type</i>		<i>Room type</i>
7	<i>Availability of non-smoking bedrooms</i>		
8	<i>Women only floor</i>		<i>There is women only floor</i>
9	<i>Recommendation of friends/tourist agency</i>	<i>Online reviews</i>	<i>Recommendation of friends/tourist agency</i>
10	<i>Attractiveness and informative of the hotel's website</i>		
11	<i>Mature-specific attributes</i>		
12	<i>Hotel interest in environment</i>		<i>Hotel interest in environment</i>
13	<i>Green gardens around the hotel</i>		<i>Green gardens around the hotel</i>
14	<i>Quietness (internal & external)</i>		<i>There is quietness inside the room and also around the hotel</i>
15	<i>Soundproof Rooms</i>		
16	<i>Special discounts available</i>		<i>Special discounts available</i>
17	<i>Hotel reward program</i>	<i>Frequent guest program</i>	<i>Frequent guest program</i>
18	<i>Incentives such as being a member of the hotel's traveler program</i>		
19	<i>No surcharge on long distance calls</i>		
20	<i>Clean rooms</i>	<i>Cleanliness</i>	<i>Clean rooms</i>
21	<i>Hotel room is value for money</i>		<i>Hotel room is value for money</i>
22	<i>Comfortable mattresses and pillows</i>		
23	<i>Good quality towels</i>		
24	<i>In-room temperature control is high quality</i>		
25	<i>Availability of relaxing lounge or bar</i>		<i>Availability of relaxing lounge or bar</i>
26	<i>Availability of a range of food service outlets</i>	<i>Restaurant facilities</i>	<i>Availability of a range of food service outlets</i>
27	<i>Hotel food and beverage are of high quality</i>	<i>Full service restaurant</i>	<i>Hotel food and beverage is value for money</i>
28	<i>Hotel food and beverage is value for money</i>		
29	<i>Hotel food and beverage facilities are of great variety</i>		
30	<i>Quality of food service equipment, linen, cutlery, glass</i>		
31	<i>Fitness facilities</i>	<i>Health facilities</i>	<i>Fitness facilities</i>
32	<i>Business-related meeting rooms are available</i>		<i>Business-related meeting rooms are available</i>
33	<i>Business services and facilities</i>		
34	<i>Décor of public areas, décor of bedroom</i>	<i>Hotel decoration</i>	<i>Interesting hotel decoration</i>
		<i>Low pile carpet</i>	
		<i>Lightning equipment</i>	
35	<i>Hotel check-in/check-out service are efficient</i>	<i>Reservation system</i>	<i>Hotel check-in/check-out service are efficient</i>
		<i>Room & Front Desk</i>	

Tabel 1 Atribut Hotel (Sambungan)

No.	48 Indikator pada penelitian Alananzeh, Al-Badarneh, Maaiah, dan Al-Mkhadmeh (2018)	30 Indikator pada Penelitian Williams, Baber, dan Kaurav (2016)	33 Indikator Hotel Atribut yang Digunakan Peneliti
36	<i>Guest room accessories</i>		<i>Guest room amenities</i>
37	<i>Leisure facilities are available</i>	<i>Games room</i>	<i>Leisure facilities are available</i>
38	<i>Availability of advanced technology set</i>	<i>Internet service</i>	<i>Internet service</i>
39	<i>Children leisure facilities available</i>		<i>Children leisure facilities available</i>
40	<i>Availability of parking</i>	<i>Car parking</i>	<i>Availability of parking</i>
41	<i>Staff are polite and friendly</i>	<i>Friendliness of staff</i>	<i>Well-mannered staff</i>
42	<i>Well-mannered staff</i>		
43	<i>Staff provide efficient services</i>	<i>Service efficiency</i>	<i>Staff provide efficient services</i>
44	<i>Staff have multi-lingual skills</i>		<i>Staff have multi-lingual skills</i>
45	<i>Sympathetic handling of complaints</i>	<i>Complaint responsiveness</i>	<i>Staff responsiveness in handling complaints</i>
46	<i>Staff recognize returning customers</i>		<i>Staff recognize returning customers</i>
47	<i>Staff cleanliness and hygiene</i>		<i>Staff cleanliness and hygiene</i>
48	<i>Sensitive care for handicapped people and old guests</i>		<i>Sensitive care for handicapped people and old guests</i>
49		<i>Complimentary breakfast</i>	
50		<i>Elevators</i>	
51		<i>Aesthetics housekeeping</i>	
52		<i>Executive floor</i>	<i>There is executive floor</i>
53		<i>Architecture</i>	
54		<i>Wide doorways</i>	
55		<i>24 hour room service</i>	
56		<i>Service quality</i>	<i>Service quality</i>
57		<i>Staff attentiveness</i>	<i>Staff attentiveness</i>
58		<i>Service customization</i>	<i>Service customization</i>

Dari tabel 2.1 peneliti mengadopsi atribut hotel yang digunakan oleh Williams, Baber, dan Kaurav (2016) dan Alananzeh, Al-Badarneh, Maaiah, dan Al-Mkhadmeh (2018). Peneliti menggunakan sebanyak 36 atribut hotel, dikarenakan adanya persamaan makna dari beberapa atribut hotel.

Demografi

Latar belakang demografi individu erat kaitannya dengan karakteristik individu tersebut (Kotler & Keller, 2009). Variabel sosiodemografi konvensional termasuk jenis kelamin, pendapatan, usia, dan tingkat pendidikan. (Kotler & Armstrong, 2010). Kotler & Keller (2009) menjelaskan bahwa usia adalah batasan atau tingkat ukuran hidup yang mempengaruhi kondisi fisik seseorang. Selain usia, pekerjaan juga berpengaruh bagi pola konsumsi masyarakat. Pekerjaan dengan pendapatan yang tinggi akan menyebabkan pola konsumsi yang tinggi. Begitu pula sebaliknya (Sari, 2015).

Menurut Sari (2015), pendidikan adalah tingkat penguasaan ilmu pengetahuan yang dimiliki oleh seseorang tentang bagaimana kemampuannya dalam memahami sesuatu hal dengan baik. Selain itu, terdapat status menikah yang terdiri dari belum menikah (*single*) dan sudah menikah (*married*). Belum menikah adalah status yang belum terikat dalam pernikahan. Sedangkan menikah adalah status terikat

dalam pernikahan, baik tinggal bersama maupun terpisah (BPS, n.d.). Terakhir, jenis kelamin adalah pembedaan peran, kedudukan, tanggung jawab, dan pembagian kerja antara laki-laki dan perempuan yang ditetapkan oleh masyarakat berdasarkan sifat perempuan dan laki-laki yang dianggap pantas menurut norma, adat istiadat, kepercayaan atau kebiasaan masyarakat (BPS, n.d.).

Hotel

Kata hotel berasal dari Bahasa Yunani, *Hosteis* yang berarti memberi tempat perlindungan pada pengunjung yang memberi upah atau hadiah kepada pemiliknya. Menurut pendapat Prof. Fred. Lawson, "*hotel is defined a public establishment offering travelers, against payment, two basic services accommodation and catering*". Fasilitas hotel akan dinikmati para wisatawan lokal maupun wisatawan mancanegara sebagai tempat berhenti untuk beristirahat (Nur'Aini, 2014).

Menurut Cha (2014) hotel diklasifikasikan dalam 5 kelas atau tingkatan. Berdasarkan SK Menparpostel RI No. PM/PW 301/PHB-77, klasifikasi hotel berdasarkan bintang dan syarat yang harus dipenuhi oleh hotel berbintang sebagai berikut:

1. Hotel berbintang 1
Dikatakan hotel berbintang satu apabila sekurang-kurangnya memiliki 15 kamar, satu kamar *suite room*, dan memiliki restoran dan bar.
2. Hotel berbintang 2
Dikatakan hotel berbintang dua apabila sekurang-kurangnya memiliki 20 kamar, dua *suite room*, dan memiliki restoran dan bar.
3. Hotel berbintang 3
Dikatakan hotel berbintang tiga apabila sekurang-kurangnya memiliki 30 kamar, tiga *suite room*, dan memiliki restoran dan bar.
4. Hotel berbintang 4
Dikatakan hotel berbintang empat apabila sekurang-kurangnya memiliki 50 kamar, empat *suite room*, dan memiliki restoran dan bar.
5. Hotel berbintang 5
Dikatakan hotel berbintang lima apabila sekurang-kurangnya memiliki 100 kamar, lima *suite room*, dan memiliki restoran dan bar.

Hubungan Antara Jenis Kelamin dengan Atribut Hotel

Dalam artikel yang ditulis oleh Yulianti (2012), mengenai sebuah survei menyatakan bahwa fasilitas-fasilitas yang paling diminta tamu pria pada saat menginap di hotel adalah kemewahan seperti semir sepatu dan pusat kebugaran gratis sedangkan wanita cenderung mendambakan fasilitas *toiletries* mewah kreasi desainer dan layanan pemeliharaan kamar yang memuaskan. Dari penjelasan tersebut, dapat dikatakan bahwa, pria dan wanita memiliki keinginan dan harapan yang berbeda ketika menginap di sebuah hotel. Berdasarkan kajian literatur di atas, hipotesa yang didapatkan yaitu :

H₁ : Terdapat perbedaan yang signifikan preferensi atribut hotel dilihat dari jenis kelamin.

Hubungan Antara Status Menikah dengan Atribut Hotel

Peran dan status terdiri dari aktivitas yang diharapkan dilakukan seseorang menurut orang-orang yang ada disekitarnya. Setiap peran membawa status yang mencerminkan penghargaan yang diberikan oleh masyarakat. Orang seringkali memilih

produk yang menunjukkan statusnya dalam masyarakat (Kotler, 2001). Berdasarkan kajian literatur di atas, hipotesa yang didapatkan yaitu :

H₂: Terdapat perbedaan yang signifikan preferensi atribut hotel dilihat dari segi status menikah.

Hubungan Antara Motivasi Bepergian dengan Atribut Hotel

Seseorang memiliki banyak kebutuhan pada waktu tertentu. Kebutuhan akan menjadi motivasi apabila didorong hingga mencapai level intensitas yang memadai (Kotler, 2001). Menurut Richards (2015) terdapat banyak wisatawan yang bepergian dengan tujuan yang berbeda, yaitu *backpacker*, liburan, sebagai sukarelawan, pertukaran pelajar, dan magang. Williams, Baber, dan Kaurav (2016) mengelompokkan secara garis besar motivasi bepergian seseorang yaitu untuk urusan bisnis, liburan, dan *in transit*. Berdasarkan kajian literatur di atas, hipotesa yang didapatkan yaitu :

H₃: Terdapat perbedaan yang signifikan preferensi atribut hotel dilihat dari segi motivasi bepergian.

Hubungan Antara Kelompok Umur dengan Atribut Hotel

Konsumen akan mengubah barang dan jasa yang dibeli seiring dengan siklus kehidupannya. Faktor-faktor penting yang berhubungan dengan umur sering diperhatikan oleh para pelaku pasar. Hal ini dikarenakan adanya perbedaan yang besar dalam umur antara orang-orang yang menentukan strategi pemasaran dan orang-orang yang membeli produk atau jasa (Kotler, 2001). Berdasarkan kajian literatur di atas, hipotesa yang didapatkan yaitu :

H₄: Terdapat perbedaan yang signifikan preferensi atribut hotel dilihat dari segi kelompok umur.

METODE PENELITIAN

Jenis penelitian ini adalah penelitian komparatif dengan menggunakan pendekatan kuantitatif. Penelitian komparatif bertujuan untuk menyelidiki kemungkinan sebab akibat terjadinya suatu fenomena. Peneliti meneliti mengenai preferensi wisatawan mancanegara dalam memilih hotel berbintang di Kota Surabaya.

Gambaran Populasi dan Sampel

Menurut Sugiyono (2012), populasi adalah wilayah generalisasi yang terdiri atas: objek atau subjek yang mempunyai kualitas dan karakteristik tertentu yang ditetapkan oleh peneliti untuk dipelajari dan kemudian ditarik kesimpulannya. Populasi yang digunakan dalam penelitian ini adalah wisatawan mancanegara yang pernah menginap di hotel berbintang di Kota Surabaya.

Teknik pengambilan sampel yang dilakukan peneliti adalah *non-probability sampling* dengan jenis pengambilan sampel menggunakan *purposive sampling*. *Non-probability sampling* adalah teknik pengambilan sampel yang tidak memberi peluang atau kesempatan sama bagi setiap unsur atau anggota populasi untuk dipilih menjadi sampel. *Purposive sampling* adalah teknik penentuan sampel dengan pertimbangan tertentu, dimana peneliti akan memberikan kriteria untuk mengisi kuesioner yaitu wisatawan berumur minimal 18 tahun.

Jenis dan Sumber Data

Jenis data dalam penelitian ini menggunakan data kuantitatif, yang diperoleh melalui penyebaran kuesioner pada wisatawan mancanegara yang menginap di hotel berbintang di Kota Surabaya. Menurut Sugiyono (2012), sumber data dibedakan menjadi dua yaitu:

- a) Sumber primer adalah sumber data yang langsung memberikan data kepada pengumpul data. Bila dilihat dari segi cara atau teknik pengumpulan data, maka teknik pengumpulan data yang dapat dilakukan dengan *interview*, kuesioner (angket), observasi (pengamatan), dan gabungan ketiganya. Peneliti memperoleh data primer dengan cara membagikan kuesioner kepada responden baik secara *offline* dengan membagikan langsung kuesioner kepada responden maupun secara *online* dengan bantuan aplikasi media sosial atau *e-mail*.
- b) Sumber data sekunder merupakan sumber yang tidak langsung memberikan data kepada pengumpul data, misalnya lewat orang lain atau lewat dokumen. Peneliti memperoleh data sekunder dari buku dan jurnal yang berkaitan dengan penelitian yang diteliti.

Metode Pengumpulan Data

Dalam penelitian ini, pengumpulan data primer dilakukan melalui metode survei, yaitu dengan membagikan kuesioner. Peneliti juga menggunakan skala *likert* untuk mengukur variabel-variabel pada atribut hotel. Format kuesioner dibagi menjadi tiga bagian, yaitu bagian pertama dan kedua bersifat umum seperti pertanyaan *screening* dan berkaitan dengan data pribadi responden, sedangkan bagian ketiga merupakan pernyataan-pernyataan mengenai atribut hotel.

Peneliti menyebarkan kuesioner kepada 50 responden secara *online* dan 60 secara *offline*. Kuesioner secara *online* dibuat menggunakan *google form* lalu disebar dengan bantuan media sosial, seperti *LINE*, *Instagram*, dan *Whatsapp*. Untuk memperoleh data yang relevan, kuesioner secara *online* hanya dapat diisi sekali saja oleh responden dengan menggunakan *email*. Kuesioner secara *offline* disebar secara langsung kepada responden di Terminal 2 Bandara Juanda pada tanggal 19 November 2019 dari pagi hari hingga penerbangan terakhir. Proses pengumpulan data secara keseluruhan dilakukan pada tanggal 12 - 19 November 2019.

Variabel dan Definisi Operasional Variabel

Dalam penelitian ini, definisi operasional variabel yang digunakan adalah :

a. *Sub-groups* (X)

Sub-groups dalam penelitian ini terdiri dari:

1. Jenis kelamin (X_1)

Jenis kelamin wisatawan mancanegara yang pernah menginap di hotel berbintang di Kota Surabaya terdiri dari:

$X_{1.1}$: Pria

$X_{1.2}$: Wanita

2. Kelompok umur (X_2)

Dalam penelitian ini, usia wisatawan mancanegara yang pernah menginap di hotel berbintang di Kota Surabaya dikelompokkan sebagai berikut:

$X_{2.1}$: usia 18 - 26 tahun

$X_{2.2}$: usia 27 - 35 tahun

$X_{2.3}$: usia 36 - 45 tahun

X_{2,4}: usia 46 - 55 tahun

X_{2,5}: usia > 55 tahun

3. Status menikah (X₃)

Sudah menikah dan belum menikah adalah status wisatawan mancanegara yang pernah menginap di hotel berbintang di Kota Surabaya.

X_{3,1}: Menikah

X_{3,2}: Belum menikah

4. Motivasi bepergian (X₄) adalah motivasi atau tujuan wisatawan untuk bepergian ke Kota Surabaya. Motivasi tersebut adalah sebagai berikut:

X_{4,1}: Liburan

X_{4,2}: Urusan bisnis

b. Atribut Hotel (Y)

Atribut hotel adalah fitur atau karakteristik produk yang ditawarkan dari hotel berbintang di Kota Surabaya dalam sifat berwujud dan tidak berwujud serta dapat membedakan hotel yang satu dengan yang lain. Atribut-atribut yang ada pada hotel sangatlah penting, karena dapat mempengaruhi konsumen dalam memilih hotel berbintang di Kota Surabaya. Atribut hotel yang digunakan oleh peneliti sebagaimana sudah dijelaskan pada bab 2, mengadopsi penelitian Williams, Baber, dan Kaurav (2016) dan Alananzeh, Al-Badarneh, Maaiah, dan Al-Mkhadmeh (2018), adalah sebagai berikut :

Y₁ : *Presence of manager*

Y₂ : *Security & protection* (adanya CCTV, *emergency exit*, alat pemadam kebakaran, *safe-deposit box*)

Y₃ : *Reputation of hotel is good*

Y₄ : *Room type* (*deluxe, non-smoking/smoking room, standard*, dan lainnya)

Y₅ : *There is women only floor*

Y₆ : *There is executive floor*

Y₇ : *Recommendation of friends/tourist agency*

Y₈ : *Hotel interests in environment* (Adanya program *go-green* yang dibuat oleh hotel, seperti penggantian linen yang dilakukan oleh pihak hotel 2 hari sekali / permintaan dari tamu sendiri. Hal ini dapat menghemat air dan energi).

Y₉ : *Green gardens around the hotel*

Y₁₀ : *There is quietness inside the room and also around the hotel* (*ambience*)

Y₁₁ : *Special discount available* (potongan harga beberapa kamar)

Y₁₂ : *Hotel room is value for money*

Y₁₃ : *Hotel food and beverage is value for money*

Y₁₄ : *Frequent guest program* (adanya *special discount* bagi tamu yang sering menginap di hotel tersebut)

Y₁₅ : *Clean rooms*

Y₁₆ : *Availability of relaxing lounge or bar*

Y₁₇ : *Availability of range of food service outlets*

Y₁₈ : *Fitness facilities*

Y₁₉ : *Business-related meeting rooms are available*

Y₂₀ : *Interesting hotel decoration* (di dalam kamar dan *lobby*)

Y₂₁ : *Hotel check-in / check-out service are efficient*

Y₂₂ : *Guest room amenities* (*hairdryer, extra towels, tissues, dental kit*, dan lainnya)

Y₂₃ : *Leisure facilities are available* (*spa, kolam renang*)

- Y₂₄: *Internet service (WiFi, satellite TV, home theatre, dan lainnya)*
- Y₂₅: *Children leisure facilities available (playground)*
- Y₂₆: *Availability of parking*
- Y₂₇: *Well-mannered staff*
- Y₂₈: *Staff provide efficient services*
- Y₂₉: *Staff have multi-lingual skills*
- Y₃₀: *Staff responsiveness in handling complaints*
- Y₃₁: *Staff recognize returning guest*
- Y₃₂: *Staff cleanliness and hygiene*
- Y₃₃: *Sensitive care for handicapped people and old guests*
- Y₃₄: *Service customization (fleksibilitas staf dalam melayani tamu)*
- Y₃₅: *Service quality is excellent*
- Y₃₆: *Staff attentiveness (seperti menawarkan untuk membawa koper, ketika melihat tamu kebingungan staf datang menghampiri, dan lainnya)*

Teknik Analisa Data

Untuk mengetahui atribut hotel yang paling penting bagi wisatawan mancanegara dalam memilih hotel dan apakah terdapat perbedaan yang signifikan atribut hotel dilihat dari segi jenis kelamin, umur, status menikah, dan motivasi bepergian, peneliti menggunakan *software SPSS (Statistical Package for Social Science) 25.0 for Windows*.

Analisa Statistik Deskriptif

Menurut Jogiyanto (2007, p. 163), statistik deskriptif adalah statistik yang menggambarkan fenomena atau karakteristik dari data. Dalam penelitian ini, peneliti mencari nilai rata-rata (*mean*), standar deviasi, dan interval kelas untuk mengetahui atribut hotel mana yang paling penting.

Uji Validitas

Menurut Ghazali (2006) uji validitas digunakan untuk mengukur valid tidaknya suatu kuesioner. Untuk menguji uji validitas, peneliti menyebarkan kuesioner kepada 30 responden. Dengan demikian nilai *r* tabel yang digunakan adalah 0,361. Peneliti menguji validitas menggunakan korelasi *Pearson Product Moment*.

Uji Reliabilitas

Menurut Ghazali (2006) reliabilitas adalah alat untuk mengukur suatu kuesioner yang merupakan indikator dari variabel. Suatu kuesioner dikatakan reliabel jika jawaban seseorang terhadap pernyataan kuesioner konsisten atau stabil dari waktu ke waktu. Jika nilai $\alpha > 0.7$ artinya instrument penelitian dapat dikatakan reliabel.

Uji Beda

Dalam penelitian ini, peneliti menggunakan *Independen Sample T-test* untuk meneliti adanya perbedaan signifikan preferensi atribut hotel dari segi jenis kelamin, status menikah, dan motivasi bepergian. Menurut Hidayat (2013), uji *independent sample t-test* digunakan untuk membandingkan dua kelompok sampel yang tidak saling berpasangan atau berbeda. Peneliti menggunakan *One-Way ANNOVA* untuk meneliti adanya perbedaan signifikan preferensi atribut hotel dari segi umur. Menurut Hidayat (2012) ANOVA merupakan singkatan dari *analysis of variant. Analysis of variant*

adalah salah satu uji komparatif yang digunakan untuk menguji perbedaan rata-rata data lebih dari dua kelompok.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Profil Responden

Tabel 2 Screening Question

Umur	Jumlah	Persentase (%)
18 – 26 tahun	51	48.1%
27 – 35 tahun	14	13.2%
36 - 45 tahun	12	11.3%
46 - 55 tahun	18	16.9%
>55 tahun	11	10.3%
TOTAL	106	100%
Apakah anda pernah menginap di hotel bintang 1-5 di Surabaya?	Jumlah	Persentase (%)
Ya	108	98.2%
Tidak (Berhenti sampai disini, Terima Kasih)	2	1.8%
TOTAL	110	100%

Tabel 3 Profil Responden

Jenis Kelamin	Jumlah	Persentase (%)	Status Menikah	Jumlah	Persentase (%)
Wanita	57	53.7%	Belum Menikah	64	60.4%
Pria	49	46.3%	Menikah	42	39.6%
TOTAL	106	100%	TOTAL	106	100%
Pendapatan per Bulan	Jumlah	Persentase (%)	Tingkat Pendidikan	Jumlah	Persentase (%)
< \$1000	55	51.9%	S1	48	45.4%
\$1000 - \$1999	17	16%	SMA	24	22.6%
\$2000 - \$2999	12	11.3%	D3	17	16%
\$3000 - \$3999	11	10.4%	S2	17	16%
≥\$4000	11	10.4%	S3	0	0%
TOTAL	106	100%	TOTAL	106	100%
Dengan Siapakah Anda Bepergian?	Jumlah	Persentase (%)	Motivasi untuk Menginap	Jumlah	Persentase (%)
Keluarga	62	58.5%	Berlibur	97	91.5%
Teman	21	19.8%			
Sendiri	17	16%	Berbisnis	9	8.5%
Rekan Bisnis	6	5.7%			
TOTAL	106	100%	TOTAL	106	100%

Hasil Uji Validitas

Dalam penelitian ini, peneliti menyebarkan 30 kuesioner untuk menguji validitas data. Jika r hitung $\geq r$ tabel (0.361) maka instrumen dinyatakan valid. Dari hasil uji validitas, didapatkan bahwa terdapat 33 indikator atribut hotel dinyatakan valid.

Hasil Uji Reliabilitas

Dalam penelitian ini, peneliti menyebarkan 30 kuesioner untuk menguji reliabilitas data. Jika nilai alpha > 0.7 artinya instrument penelitian dapat dikatakan reliabel. Berikut adalah hasil uji reliabilitas.

Tabel 4 Uji Reliabilitas

Reliability Statistics	
Cronbach's Alpha	N of Items
.749	33

Uji Normalitas dan Homogenitas

Pengujian normalitas dalam penelitian ini dilakukan dengan menggunakan uji statistik *Kolmogorov-Smirnov (K-S)*. Dasar pengambilan keputusan nilai sig >0,05 maka dikatakan berdistribusi normal. Hasil uji normalitas dalam penelitian ini berdistribusi normal. Pengujian homogenitas dalam penelitian ini dilakukan dengan menggunakan uji statistic *Levene Statistic*. Dasar pengambilan keputusan nilai sig. >0,05 maka dikatakan homogen. Hasil pengujian menyatakan data penelien bersifat homogen.

Pembahasan

Atribut Hotel paling penting

Tabel 5 Mean Atribut Hotel

No.	Indikator	Mean
1	<i>Reputation of hotel is good</i>	4.63
2	<i>Special discount available</i> (potongan harga beberapa kamar)	4.57
3	<i>Security & protection</i> (adanya CCTV, <i>emergency exit</i> , alat pemadam kebakaran, <i>safe deposit box</i>)	4.57

Dapat disimpulkan bahwa indikator yang paling penting bagi wisatawan mancanegara adalah reputasi hotel yang baik. Reputasi dapat memberikan kepuasan dan loyalitas pelanggan serta memberikan persepsi (misal: megah, memiliki pelayanan yang baik) oleh responden (Sutomo, 2011).

Perbedaan Preferensi Atribut Hotel Dilihat dari Segi Jenis Kelamin

Perbedaan preferensi atribut hotel terlihat pada indikator *fitness facilities*. Hal ini membuktikan bahwa terdapat perbedaan yang signifikan terhadap preferensi atribut hotel dilihat dari segi jenis kelamin, yang artinya hipotesis pertama diterima. Jawaban responden terhadap indikator *fitness facilities* ini beragam dari sangat tidak setuju hingga sangat setuju. Berdasarkan wawancara singkat dengan 10 responden (7 dari Malaysia, 2 dari USA, dan 1 dari Singapura). Jawaban responden pun beragam mengenai indikator *fitness facilities* ini. Beberapa responden pria menjawab penting karena ingin berlibur sekaligus membakar kalori yang dikonsumsi dan ingin tetap menjalankan rutinitas olahraga selama berlibur. Beberapa responden wanita menjawab tidak penting karena wanita lebih memilih hotel yang memilih fasilitas kolam renang.

Perbedaan Preferensi Atribut Hotel Dilihat dari Segi Status Menikah

Terdapat perbedaan yang signifikan terhadap preferensi atribut hotel dilihat dari segi status menikah. Perbedaan tersebut terdapat pada indikator atribut hotel yaitu *there is quietness inside the room and also around the hotel (ambience)*, *staff provide efficient services*, *staff have multilingual skills*, *staff responsiveness in handling complaints*, *sensitive care for handicapped people and old guest*, dan *service quality is excellent*.

Berdasarkan wawancara yang dilakukan peneliti dengan 10 responden (7 dari Malaysia, 2 dari USA, dan 1 dari Singapura), indikator *there is quietness inside the room and also around the hotel (ambience)* lebih penting bagi responden yang sudah menikah karena ingin memiliki waktu bersama dengan keluarga tanpa adanya kebisingan. Bagi yang belum menikah lebih ingin bersenang-senang saat di hotel. Indikator *staff provide efficient services, staff responsiveness in handling complaints,* dan *service quality is excellent* yang penting bagi responden yang sudah menikah karena pelayanan yang efektif dapat menghemat waktu dan mempengaruhi kepuasan konsumen. Terdapat perbedaan pada indikator *staff have multilingual skills* karena responden pada penelitian ini yang sudah menikah beberapa berusia lanjut dan kurang mengerti bahasa asing sehingga sulit untuk berkomunikasi. Sedangkan, responden yang belum menikah masih muda dan mengerti menggunakan alat elektronik untuk berkomunikasi. Wawancara singkat dengan 10 responden memberikan jawaban terhadap perbedaan pada indikator *sensitive care for handicapped people and old guest* ini dikarenakan responden yang telah menikah lebih matang secara sosial (menyadari manusia adalah makhluk sosial) dan secara emosional karena sudah menjadi orang tua sehingga lebih memahami orang tua lainnya.

Perbedaan Preferensi Atribut Hotel Dilihat dari Segi Motivasi Bepergian

Perbedaan preferensi atribut hotel terlihat pada indikator *fitness facilities*. Hal ini membuktikan bahwa terdapat perbedaan yang signifikan terhadap preferensi atribut hotel dilihat dari segi motivasi bepergian, yang artinya hipotesis ketiga diterima. Peneliti melakukan wawancara singkat dengan 10 responden (7 dari Malaysia, 2 dari USA, dan 1 dari Singapura). Jawaban dari responden yang berlibur tidak mempedulikan adanya fasilitas *fitness* saat ke Kota Surabaya, karena responden memilih hotel dengan tujuan hanya untuk beristirahat dan yang lainnya memilih untuk tetap menjaga kondisi fisiknya tetap sehat. Sedangkan, beberapa responden yang berbisnis lebih memperhatikan kebugaran tubuhnya.

Perbedaan Preferensi Atribut Hotel Dilihat dari Segi Kelompok Umur

Peneliti mengelompokkan 5 kelompok umur yaitu 18-26 tahun, 27-35 tahun, 36-45 tahun, 46-55 tahun dan >55 tahun. Berdasarkan hasil dari uji *one-way ANOVA*, tidak terdapat perbedaan yang signifikan terhadap preferensi atribut hotel dilihat dari segi umur. Hal ini dikarenakan jumlah responden tidak tersebar dengan rata ke seluruh umur, responden yang dominan mengisi kuesioner berumur 18-26 tahun sebanyak 51 orang, sehingga ditemukan bahwa tidak ada perbedaan yang signifikan. Adanya teknologi yang berkembang mengikuti zaman mempengaruhi semua kalangan umur untuk mengakses informasi dengan mudah. Selain itu, 33 atribut hotel yang digunakan oleh peneliti dapat diterima oleh semua umur.

SIMPULAN DAN SARAN

Berdasarkan pembahasan, maka dapat ditarik kesimpulan untuk penelitian ini adalah:

1. Atribut yang paling penting bagi wisatawan mancanegara adalah reputasi hotel yang baik. Hal ini dikarenakan adanya perkembangan teknologi yang semakin pesat dan pemilihan hotel *chain*.
2. Terkait dengan analisis yang peneliti lakukan yaitu uji *independent sample t-test* dan uji *one-way ANOVA* ditemukan bahwa tidak terdapat perbedaan preferensi atribut hotel dilihat dari segi kelompok umur. Namun, terdapat perbedaan

preferensi atribut hotel dilihat dari segi jenis kelamin, segi status menikah, dan segi motivasi bepergian. Perbedaan preferensi atribut hotel dari segi jenis kelamin dan segi motivasi bepergian yaitu *fitness facilities*. Perbedaan preferensi atribut hotel dari segi status menikah yaitu *there is quietness inside the room and also around the hotel (ambience), staff provide efficient services, staff have multi-lingual skills, staff responsiveness in handling complaints, sensitive care for handicapped people and old guests, dan service quality is excellent*. Selain itu, atribut hotel yang dinilai paling penting bagi wisatawan mancanegara adalah reputasi hotel yang baik. Atribut hotel yang dinilai kurang penting bagi para wisatawan mancanegara dalam memilih hotel adalah adanya *availability of range of food service outlets, dan fitness facilities*.

5.2. Saran

Peneliti menyadari bahwa penelitian ini memiliki kekurangan, yang mana tidak mencakup seluruh wisatawan mancanegara dari berbagai negara. Dengan menyadari kekurangan tersebut, adapun saran yang diberikan oleh peneliti adalah sebagai berikut:

1. Bagi pihak manajemen hotel berbintang di Kota Surabaya
Seperti yang telah dijabarkan oleh peneliti dalam pembahasan bab 4, pihak manajemen hotel berbintang di Kota Surabaya diharapkan dapat meningkatkan atribut-atribut hotel yang memiliki tingkat tertinggi contohnya adanya fasilitas internet di kawasan hotel sebaiknya memiliki sinyal yang kuat. Selain itu, perlu mengadakan program *go-green* yang mendukung pelestarian lingkungan, meningkatkan kualitas makanan dan minuman termasuk kebersihan dan penyajian, meningkatkan pilihan restoran dalam hotel.
2. Bagi penelitian selanjutnya
Berdasarkan preferensi yang ditemukan peneliti, perlu dilakukan analisa lebih lanjut mengenai atribut hotel mana saja yang paling berpengaruh terhadap pemilihan hotel berbintang di Kota Surabaya seiring berkembangnya zaman. Semakin berkembangnya zaman, tuntutan wisatawan mancanegara pada hotel berbintang pun akan berubah.

DAFTAR REFERENSI

- Alananzeh, O. A., Al-Badarneh, M., Maaiah B., & Al-Mkhadmeh. A. A. (2018, November). The effect of hotel attributes on length of stay and hotel choices in coastal cities : Aqaba as a case study. *Dirasat, Human and Social Sciences*, 45(4), 275-289.
- Badan Pusat Statistik. (2019). *Hotel dan kamar menurut klasifikasi hotel*. Retrieved from <https://jatim.bps.go.id/statictable/2017/10/17/681/hotel-dan-kamar-menurut-klasifikasi-hotel-di-provinsi-jawa-timur-2016.html>.
- Badan Pusat Statistik. *Kota Surabaya dalam angka 2018*. Surabaya: Badan Pusat Statistik Kota Surabaya.
- Badan Pusat Statistik. *Kota Surabaya dalam angka 2019*. Surabaya: Badan Pusat Statistik Kota Surabaya.
- Badan Pusat Statistik. *Provinsi Jawa Timur dalam angka 2019*. Surabaya: Badan Pusat Statistik Kota Surabaya.
- Cha, D. S. (2014). *Dahsyatnya bisnis hotel di Indonesia*. Jakarta: PT. Gramedia Pustaka Utama.

- Chang, E., & Wong, S. (2005). Identifying and exploiting potential lucrative niche markets: The case of planned impulse travelers. *Hong Kong Tourism SMEs, Service Quality and Destination Competitiveness*, 295-311.
- Darmayanti, T. (2012, December). *Perilaku konsumen dari segi demografis*. Retrieved from <http://tiayayo.blogspot.com/2012/12/perilaku-konsumen-dari-segi-demografis.html>.
- Emmanuel, D. P. (2015). Rezim pertumbuhan Kota Surabaya studi tentang pembangunan dan revitalisasi hotel di Surabaya. *Jurnal Politik Muda*, 4(1), 71-78.
- Ghozali, I. (2006). *Aplikasi Analisis Multivariate Dengan Program SPSS*. Semarang: Badan Penerbit Universitas Diponegoro.
- Hidayat, A. (2012). *Uji anova - one way anova dalam SPSS*. Retrieved from <https://www.statistikian.com/2012/11/one-way-anova-dalam-spss.html/uji-anova>.
- Hidayat, A. (2013). *Penjelasan tentang uji normalitas dan metode perhitungan*. Statistikian. Retrieved from <https://www.statistikian.com/2013/01/uji-normalitas.html>.
- Hidayat, A. (2013). *Penjelasan lengkap uji homogenitas*. Retrieved from <https://www.statistikian.com/2013/01/uji-homogenitas.html>.
- Jang, S., Liu, T., Hye, K., & Yang, H. (2018, March). Understanding important hotel attributes from the consumer perspective over time. *Australian Marketing Journal*, 26, 1, 23-30.
- Jogiyanto. (2008). *Metodologi penelitian sistem informasi*. Yogyakarta: Andi Offset.
- Kotler, P. (2001). *Manajemen pemasaran: analisis, perencanaan, implementasi, dan kontrol*. Jakarta : PT. Prehallindo.
- Kotler, P., & Keller, K. L. (2009). *Manajemen pemasaran. In marketing management (13th ed)*. Jakarta: Penerbit Erlangga.
- Mowen, J. C., & Minor, M. (2002). *Perilaku konsumen*. Jakarta: Erlangga.
- Nur'Aini, N. (2014, February). *Tinjauan Hotel Butik*. Bogor : Institut Pertanian.
- Rohman, H. (2019, Juli 08). BPS Jatim catat kunjungan wisatawan asing di Jatim pada semester pertama 2019 menurun. *Tribun news*. Retrieved from <https://surabaya.tribunnews.com/2019/07/08/bps-jatim-catat-kunjungan-wisatawan-asing-di-jatim-pada-semester-pertama-2019-menurun>.
- Sari, E. M. (2015). *Faktor-faktor penyebab rendahnya partisipasi masyarakat dalam pembangunan desa (studi Desa Kembang Gading Kecamatan Abung Selatan Kabupaten Lampung Utara)*. Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik : Universitas Lampung.
- Sugiyono. (2012). *Metode penelitian pendidikan*. Bandung: Alfabeta.
- Sutomo, M. (2011). Citra hotel berbintang di daerah istimewa Yogyakarta. *Jurnal Bisnis dan Manajemen*, 5(1), 17-28.
- William, R., Kaurav, R.P.S., & Baber, R. (2016, October). How travelers differ in their preferences regarding hotel selection: Empirical evidence from travelers in India. *Asian Journal of Tourism and Hospitality Research*, 8(9), 15-26.