

PREFERENSI WISATAWAN SENIOR DALAM MEMILIH HOTEL DI MALANG DAN/ATAU BATU

Yohann Indra, Tjong Angelina, Thio Sienny

Program Manajemen Perhotelan, Program Studi Manajemen, Universitas Kristen
Petra

Jl. Siwalankerto 121 – 131, Surabaya

Abstrak: Penelitian ini dilakukan untuk mengetahui preferensi dan faktor yang berkontribusi dalam pengambilan keputusan oleh wisatawan senior memilih akomodasi di Malang dan/atau Batu. Malang dan/atau Batu merupakan destinasi yang dapat dituju oleh wisatawan senior di Surabaya mengingat bahwa sudah terdapat akses jalan tol sehingga wisatawan dapat sampai dengan lebih cepat. Teknik analisa yang digunakan pada penelitian ini adalah kuantitatif deskriptif dengan metode analisa faktor. Hasil dari penelitian ini adalah terdapat lima faktor yang berkontribusi dalam membentuk preferensi wisatawan senior dalam memilih hotel, yaitu kenyamanan, *value for money* dan bukti fisik, reputasi dan pelayanan, fasilitas, dan makanan.

Kata kunci: Preferensi, wisatawan senior, hotel.

Abstract: *This research was conducted to determine the preferences and factors that contribute to decision making by senior tourists choosing accommodation in Malang and / or Batu. Malang and/or Batu are destinations that can be addressed by senior tourists in Surabaya given that there is already access to the toll road so that tourists can arrive faster. The analysis technique used in this research is quantitative descriptive with factor analysis method. The results of this study are five factors that contribute in shaping the preferences of senior tourists in choosing hotels, including comfort, value for money and physical evidence, reputation and service, facilities, and food.*

Keywords: Preference, senior traveler, hotel.

LATAR BELAKANG

Dari data dapat ditunjukkan bahwa posisi pariwisata Indonesia pada periode Januari-Oktober 2017 tumbuh 24% jauh di atas pertumbuhan pariwisata regional ASEAN (7%) bahkan pariwisata dunia (6,4%). Dalam hal tersebut sector pariwisata di Indonesia mendapat perhatian serius dari pemerintah melalui Rencana Pembangunan Jangka Menengah (RPJM) tahun 2015 sampai dengan 2019 dimana sektor pariwisata menjadi sector utama (Kemenpar, 2016). Oleh karena itu penting bagi pihak industri pariwisata untuk mengembangkan potensi tersebut dengan menyesuaikan penawaran pariwisata untuk setiap segmen pasar demi memenuhi kebutuhan konsumen yang memiliki karakteristik yang beragam.

Berkaitan dengan segmen pasar, para wisatawan senior telah menjadi perhatian yang luas dalam dunia pariwisata, yaitu seiringnya bertambahnya populasi usia 60 tahun ke atas yang diprediksi mencapai 22 persen dari populasi dunia pada tahun 2050 (United Nation. 2000). Hal ini menunjukkan bahwa segmen wisatawan senior memiliki preferensi yang berbeda jika dibandingkan dengan segmen wisatawan dengan usia yang jauh lebih muda.

Menurut Kotler (2008) preferensi merupakan kesukaan konsumen dari berbagai pilihan produk atau jasa. Preferensi juga dapat diartikan sebagai kesukaan, pilihan atau sesuatu hal yang lebih diminati oleh konsumen. Sebagai bagian dari studi perilaku konsumen, preferensi wisatawan senior menjadi hal yang sangat penting untuk diketahui agar penyedia jasa yang berkaitan dengan bidang pariwisata dapat menyediakan layanan yang sesuai dengan kebutuhan segmen wisatawan senior.

Wisatawan senior dalam memilih destinasi wisata tentunya tidak terlepas dari faktor akomodasi dan kemudahan akses menuju destinasi wisata sebagai elemen penting dalam perjalanannya. (Abooli, Irwana Omar, dan Mohamed, 2015). Wisatawan senior juga mengutamakan faktor keselamatan dan keamanan yang relatif lebih penting daripada kelompok wisatawan lainnya, sehingga ketersediaan dan keberadaan bantuan medis merupakan fasilitas penting lainnya yang harus disediakan oleh penyedia akomodasi (Tourism Queensland, 2003).

Kota Malang dan/ atau Batu memiliki keindahan akan struktur dan keadaan alam disekitarnya. Kota Malang dan/ atau Batu memiliki banyak sekali potensi alam yang dikelola dengan baik oleh Pemerintah Daerah maupun pihak swasta yang berhasil. Berdasarkan data statistik, perkembangan jumlah wisatawan berkunjung pada kota Malang dan / Batu berkembang pesat dikarenakan faktor jumlah hotel yang berkembang dan dapat menjadi pilihan oleh para wisatawan, selain itu ketertarikan menggunakan obyek Malang Raya juga dikarenakan adanya kemudahan transportasi menuju Malang dengan diresmikannya jalan tol Surabaya-Malang tanggal 13 Mei 2019 sehingga memudahkan wisatawan yang semula membutuhkan waktu tiga jam menjadi hanya dua jam perjalanan (Suryowati, 2019).

Berdasarkan penelitian terdahulu Callan dan Bowman (2000) dalam studinya mengemukakan bahwa atribut penting dalam dunia perhotelan adalah pelayanan, efisiensi, keamanan, harga, perlengkapan umum, atribut spesifik untuk orang dewasa, fasilitas ruangan, keramahan, kesopanan, kebersihan, kemudahan lokasi, akses jalan umum, sistem keamanan, penerangan pada tempat parkir,

kenyamanan, nuansa, bantuan informasi, konsistensi, ruangan bebas rokok, reputasi hotel, fasilitas rekreasi, hiburan, seragam staff, kualitas makanan dan diskon. Caber dan Albaryak (2014) berpendapat bahwa wisatawan senior lebih memberi perhatian khusus tentang kebersihan, kemudahan lokasi, harga, akses jalan raya, sistem keamanan, penerangan lapangan parkir dan kamar mandi, tanda yang tercetak dengan jelas, keberadaan pusat informasi, buku menu, makanan porsi kecil, pipa pegangan untuk orang tua, penyokong di kamar mandi, fasilitas dalam kamar dan kualitas fasilitas merupakan atribut penting. Menurut Tampubolon, Sukmaningrum, & Wijaya (2007) gap yang terbesar antara harapan dan persepsi responden lanjut usia atas layanan hotel terjadi pada 4 indikator yaitu kemampuan staf dalam menangani komplain dengan baik, peralatan dan lingkungan yang aman dan nyaman, papan penunjuk arah mudah dilihat, dan pintu yang lebar untuk akses kursi roda.

TEORI PENUNJANG

Definisi Preferensi

Preferensi konsumen dapat berarti preferensi, pilihan, atau hal-hal yang disukai oleh konsumen. Preferensi ini terbentuk dari persepsi konsumen terhadap produk berdasarkan kemampuan yang dimiliki agar dapat memberikan nilai kepuasan terhadap apa yang dibeli atau ditawarkan (Munandar, 2012). Terdapat beberapa komponen yang mempengaruhi preferensi seseorang dalam mengambil keputusan yaitu: *perception* (persepsi), *attitude* (sikap), *value* (nilai), *preference* (kecenderungan), dan *satisfaction* (kepuasan). Sehingga, dapat disimpulkan preferensi merupakan salah satu komponen pembuat keputusan bagi seseorang (Porteus, 2000).

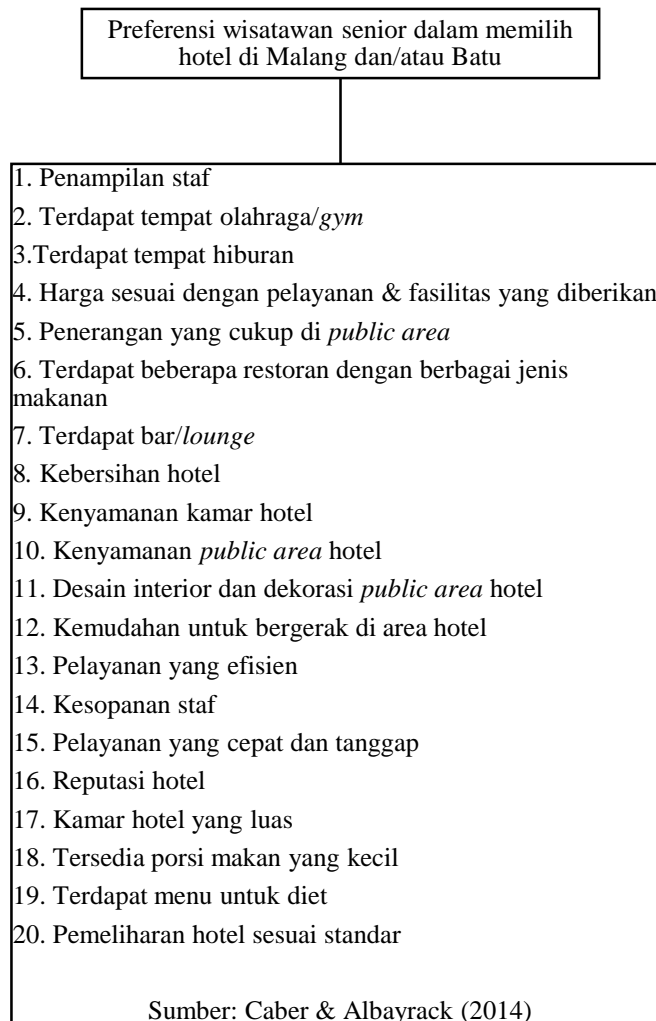
Definisi Wisatawan

Menurut undang-undang nomor 10 tahun 2009, orang-orang yang melakukan kegiatan wisata dapat diartikan sebagai wisatawan dan semua orang yang melakukan perjalanan wisata pun disebut wisatawan dengan maksud bukan untuk menginap dan mencari nafkah di tempat yang dikunjungi.

Definisi Wisatawan Senior

Menurut Muleer dan O'Cass (2001), orang senior adalah wisatawan yang berusia 65 tahun atau lebih. Kelompok senior merupakan target pasar pariwisata yang penting sejak awal tahun 1990, karena kelompok senior ini dianggap mempunyai segalanya seperti: umur yang matang dan uang. Selain itu, banyak kaum senior yang merasa lebih muda dari umur yang sesungguhnya. Di kawasan Asia, kaum senior di Jepang kebanyakan memiliki pendapatan dan waktu luang yang lebih banyak dari kaum muda. Oleh karena itu, kaum senior memiliki waktu berlibur ke luar negeri yang lebih lama. Sedangkan di Taiwan, warga 60 tahun ke atas yang merupakan golongan kaum senior diperkirakan akan mencapai 20% pada tahun 2033 dan saat ini sudah mencapai 12% (Pettersson, 2006).

Kerangka Pemikiran



Gambar 1. Kerangka Berpikir

Berdasarkan kerangka pemikiran pada gambar 1, terdapat beberapa indikator yang dapat dijadikan preferensi wisatawan senior dalam memilih hotel di Malang dan/atau Batu.

METODE PENELITIAN

Jenis Penelitian, Populasi, Sampel, dan Teknik Pengambilan Sampel

Jenis penelitian yang digunakan adalah jenis penelitian kuantitatif deskriptif. Populasi dalam penelitian ini adalah wisatawan senior yang telah berusia ≥ 65 tahun. Metode yang digunakan peneliti dalam pengambilan sampel adalah

non-probability sampling dengan teknik. *non-probability sampling*, yaitu *purposive* dan *snowball*. *Purposive sampling* dilakukan dengan cara memilih responden yang memenuhi kriteria sampel, yaitu pernah menginap di hotel Malang dan/atau Batu dalam kurun waktu 1 tahun terakhir. Sedangkan *snowball* adalah teknik penentuan sampel yang mula-mula jumlahnya kecil, kemudian membesar (Sugiyono, 2016)

Sampel yang memenuhi jumlah minimum yang dianjurkan Fraenkel, Wallen & Hyun (2015) untuk penelitian deskriptif, yaitu sebanyak 100 responden. Maka dari itu, responden yang diambil dalam penelitian ini berjumlah 100 responden.

Metode Pengumpulan Data

Metode pengumpulan data yang digunakan dalam penelitian ini adalah menggunakan kuesioner yang bersifat tertutup (*close ended question*) dengan metode skala *Likert*. Terdiri dari *screening question*, profil responden, dan 20 indikator atribut responden dalam memilih hotel di Malang dan/atau Batu.

Teknik Analisa Data

Exploratory Factor Analysis, yaitu suatu metode analisis faktor yang digunakan untuk mereduksi data dari variabel yang banyak menjadi variabel baru yang disebut faktor dan masih memuat sebagian besar informasi yang terkandung dalam variabel asli (Supranto, 2010).

HASIL DAN PEMBAHASAN

Analisa Faktor

Analisa faktor dilakukan menggunakan 20 indikator yang berkontribusi dalam membentuk preferensi wisatawan senior dalam memilih hotel di Malang dan/atau Batu.

Tabel 1. KMO dan Bartlett's Test

<i>KMO-MSA</i>		0.728
<i>Bartlett's Test of Sphericity</i>	<i>Approx. Chi-Square</i>	861.377
	Df	190
	Sig.	0.000

Dari tabel 1, dapat dilihat bahwa nilai KMO sebesar $0.728 > 0.5$, sehingga disimpulkan dari *test* ini adalah adanya korelasi yang kuat pada seluruh indikator pertanyaan yang digunakan oleh penulis. Tabel 1 juga menunjukkan *Bartlett's Test* menghasilkan nilai signifikansi sebesar $0.000 < 0.05$ ($\alpha=5\%$), yang menunjukkan bahwa indikator-indikator yang digunakan dalam memprediksi faktor-faktor pemberian tip saling berkorelasi dan sesuai untuk digunakan analisis faktor.

<i>Anti-Image Matrices</i>					
1	0.716	8	0.814	15	0.835
2	0.642	9	0.756	16	0.747
3	0.615	10	0.752	17	0.749
4	0.675	11	0.842	18	0.739
5	0.860	12	0.767	19	0.670
6	0.634	13	0.672	20	0.804

7	0.548	14	0.612	
---	-------	----	-------	--

Tabel

2. Anti Image Correlation

Berdasarkan tabel 2, menunjukkan bahwa seluruh indikator yang digunakan dalam penelitian ini memiliki nilai *anti-image matrices* > 0.3 . Artinya, 20 indikator yang ada memiliki korelasi yang kuat dengan faktor secara keseluruhan dan tidak ada indikator yang harus dikeluarkan, dan dapat digunakan dalam proses selanjutnya.

Tabel 3. Communalities

Atribut	Communalities	Atribut	Communalities	Atribut	Communalities
X1	0.614	X8	0.520	X15	0.620
X2	0.668	X9	0.761	X16	0.451
X3	0.684	X10	0.798	X17	0.670
X4	0.791	X11	0.525	X18	0.747
X5	0.627	X12	0.624	X19	0.691
X6	0.601	X13	0.622	X20	0.702
X7	0.771	X14	0.369		

Berdasarkan tabel 3, menunjukkan hasil bahwa 20 indikator memiliki nilai > 0.3 , yang artinya seluruh atribut yang digunakan dalam penelitian ini memiliki kontribusi yang baik terhadap faktor-faktor baru yang terbentuk.

Tabel 4. Total Variance Explained

Faktor	Initial Eigenvalues		
	Total	% of Variance	% of Cumulative
1	5.313	26.567	26.567
2	2.511	12.557	39.125
3	2.394	11.972	51.097
4	1.360	6.801	57.897
5	1.277	6.385	64.283

Tabel 4 menunjukkan hasil bahwa telah terbentuk 5 faktor baru yang memiliki nilai *eigenvalue* > 1 . Faktor baru terbentuk pada atribut yang dianggap baik dalam preferensi wisatawan senior dalam memilih hotel di Malang dan/atau Batu. Total kumulatif keragaman variabel asal yang dapat dijelaskan oleh faktor-faktor tersebut adalah sebesar 64.283%.

Tabel 5. Rotated Component Matrix

Rotated Component Matrix ^a					
	Component				
	1	2	3	4	5
X1	.079	.841	.024	.196	.198
X2	.169	.299	.451	-.170	.137
X3	.147	.716	.180	.030	.218
X4	.195	.573	.337	-.134	-.168
X5	.079	.285	.616	.184	-.140
X6	.178	.042	.708	-.169	.243
X7	.124	.581	.521	-.029	.039
X8	-.115	.311	.241	.070	.758
X9	.306	.158	.558	-.135	.052
X10	.635	.455	.028	-.042	-.108
X11	.826	.134	.186	.158	-.002
X12	.741	.112	.199	-.134	-.009
X13	.849	.038	.189	.060	-.190
X14	.685	-.016	.001	.122	.466
X15	-.158	.408	.276	.572	-.084
X16	.634	.062	.016	.038	.511
X17	.386	.154	-.078	.684	-.150
X18	.063	.036	-.061	.871	.047
X19	-.081	-.009	.703	.425	.055
X20	-.083	-.262	-.033	.711	.329

Dari tabel 5 diatas, dapat dilihat bahwa terdapat 5 faktor baru yang terbentuk. Dalam tabel tersebut juga ditunjukkan besar nilai faktor *loading*, dimana semakin besar nilai faktor *loading* maka semakin besar juga hubungan antara indikator dengan faktor baru yang terbentuk.

Tabel 6. Faktor Baru yang Terbentuk

No.	Faktor Baru	Nama Variabel <i>Loading</i>	<i>Loading Variance</i>	% <i>Variance</i>
1.	Kenyamanan	Kenyamanan area publik di hotel.	0.849	26.567
		Kamar hotel nyaman.	0.826	
		Pelayanan hotel cepat dan tanggap.	0.741	
		Hotel memiliki standar pemeliharaan yang baik.	0.685	
		Hotel memberikan kemudahan untuk bergerak	0.635	
		Hotel mempunyai kamar tidur yang luas	0.634	
2.	<i>Value for money</i> dan Bukti Fisik	Harga sesuai dengan pelayanan dan fasilitas yang diberikan.	0.841	12.557
		Penampilan staf rapi dan bersih.	0.716	
		Hotel mempunyai penerangan yang cukup di area publik.	0.581	
		Hotel mempunyai desain interior yang baik.	0.573	
3.	Reputasi dan Pelayanan	Pelayanan hotel efisien.	0.708	11.972
		Hotel mempunyai tempat hiburan di hotel.	0.703	
		Hotel bersih.	0.616	
		Hotel mempunyai reputasi yang bagus.	0.558	
		Staf hotel sopan.	0.451	
No.	Faktor Baru	Nama Variabel <i>Loading</i>	<i>Loading Variance</i>	% <i>Variance</i>
4.	Fasilitas	Hotel memiliki bar/ <i>lounge</i>	0.871	6.801
		Hotel menyediakan menu diet.	0.711	
		Hotel menyediakan tempat olahraga (<i>gym</i>)	0.684	
		Hotel mempunyai beberapa restoran dengan berbagai jenis makanan.	0.572	
5.	Makanan	Restoran menyajikan makanan dengan porsi yang sesuai dengan keinginan tamu.	0.758	6.385

Pembahasan

Berdasarkan uji analisa faktor, didapatkan 5 faktor baru dalam preferensi dalam memilih hotel di Malang dan/atau Batu. Faktor pertama yang paling berkontribusi terhadap membentuk preferensi wisatawan senior dalam memilih hotel di Malang dan/atau Batu. Penulis memberi nama nyaman pada faktor pertama ini karena didalamnya berisi tentang nyaman area publik di hotel, kamar hotel yang nyaman, pelayanan hotel yang cepat dan tanggap, hotel memiliki standar pemeliharaan yang baik, hotel memberikan kemudahan untuk bergerak, hotel mempunyai kamar tidur yang luas. Kenyamanan menjadi faktor

utama dalam preferensi wisatawan senior karena dengan keterbatasan fisik yang dimiliki oleh wisatawan senior menyebabkan wisatawan lebih memilih untuk melakukan aktivitas *leisure*, seperti melakukan kegiatan yang berhubungan dengan *hobby*, berjalan santai, menonton televisi dan membaca. Wisatawan senior kurang menaruh minat dalam kegiatan berburu, memancing, olahraga air, dan kemping (Utama, 2015).

Faktor kedua bernama *Value for money* dan Bukti Fisik, Faktor ini juga menjadi faktor yang memberikan cukup banyak kontribusi terhadap wisatawan senior dalam pemilihan hotel di Malang dan/atau Batu. Menurut Callan & Bowman (2000), wisatawan senior merupakan sekelompok wisatawan yang cerdas, dan tidak memilih hotel dengan harga yang murah atau dengan adanya diskon. Adanya bukti fisik yang baik seperti kerapian staf, penerangan hotel dan interior yang baik akan memberikan penilaian awal yang positif sehingga dapat menjadi faktor pendukung dalam pemilihan hotel.

Faktor ketiga yang terbentuk bernama Reputasi dan Pelayanan. Faktor ini memberikan kontribusi yang cukup besar terhadap pemilihan hotel. Hal ini disebabkan karena wisatawan senior sangat menghargai pelayanan yang baik, seperti staf yang sopan dan menghormati tamu. Wisatawan senior sangat mementingkan pelayanan yang baik dan kesopanan staf. Wisatawan senior lebih menghargai pelayanan yang ramah dan perhatian yang ekstra, sedangkan wisatawan yang masih muda dan *business travelers* tidak terlalu memperhatikan aspek tersebut. Keterbatasan fisik wisatawan senior juga menjadi pertimbangan dalam pemilihan hotel yang mengutamakan pelayanan yang ekstra. (Callan & Bowman, 2000)

Faktor keempat adalah Fasilitas, Faktor keempat adalah fasilitas. Faktor ini memberikan kontribusi yang tidak terlalu besar. Hal ini disebabkan karena wisatawan senior tidak terlalu memerlukan fasilitas-fasilitas tambahan seperti *lounge* atau bar. Tetapi, wisatawan senior cukup mementingkan fasilitas dasar yang biasanya ada di dalam kamar, seperti telepon, *safety box*, *water heater*, *minibar* dan setrika (Anuar et al., 2017)

Faktor terakhir yang terbentuk adalah makanan. Faktor ini kurang memberikan kontribusi dalam membentuk preferensi untuk pemilihan hotel oleh wisatawan senior, karena wisatawan senior tidak terlalu mementingkan porsi makanan. Callan & Bowman (2000) juga mendapatkan hasil penelitian bahwa wisatawan senior tidak memiliki preferensi yang spesifik mengenai waktu untuk sarapan, serta besar atau kecilnya porsi makanan yang disajikan di restoran.

KESIMPULAN DAN SARAN

Kesimpulan

Terdapat 5 faktor baru yang terbentuk menjadi preferensi wisatawan senior dalam memilih hotel di Malang dan/atau Batu, sebagai berikut:

Faktor 1 –Kenyamanan, sebagai faktor yang memberikan kontribusi paling besar, karena kenyamanan menjadi faktor utama dalam preferensi wisatawan senior mengingat keterbatasan fisik yang dimiliki oleh wisatawan senior.

Faktor 2 – *Value for money* dan Bukti Fisik, merupakan faktor kedua yang memiliki kontribusi tinggi. Adanya bukti fisik yang baik seperti kerapian staf, penerangan

hotel dan interior yang baik akan memberikan penilaian awal yang positif sehingga dapat menjadi faktor pendukung dalam pemilihan hotel.

Faktor 3 – Reputasi dan Pelayanan, faktor ini memberikan kontribusi yang cukup besar terhadap pemilihan hotel. Hal ini disebabkan karena wisatawan senior sangat menghargai pelayanan yang baik, seperti staf yang sopan dan menghormati tamu.

Faktor 4 – Fasilitas, faktor ini tidak memberikan kontribusi yang besar. Hal ini disebabkan karena wisatawan senior tidak terlalu memerlukan fasilitas-fasilitas tambahan seperti *lounge* atau bar.

Faktor 5 – Makanan, Faktor ini kurang memberikan kontribusi dalam membentuk preferensi untuk pemilihan hotel oleh wisatawan senior, karena wisatawan senior tidak terlalu mementingkan porsi makanan. karyawan, maka faktor ini menjadi faktor terakhir yang berpengaruh terhadap motivasi pemberian tip.

Saran

Berdasarkan dari hasil penelitian, terdapat sejumlah saran kepada pembaca, agar dapat menjadi masukan bagi pemilik dan pekerja dalam industri hotel, dan juga dapat digunakan sebagai referensi bagi penelitian selanjutnya

Saran Bagi Industri Hotel

1. Diharapkan bagi karyawan hotel agar meningkatkan kualitas pelayanan dengan cara memberikan pelayanan yang cepat, ramah, serta melakukan usaha yang melebihi ekspektasi pelanggan. Karena kenyamanan memiliki kontribusi yang besar terhadap preferensi wisatawan senior dalam pemilihan hotel.
2. Pelaku dalam bidang usaha hotel juga perlu memberikan pengarahan yang lebih mendalam kepada karyawan agar selalu memperhatikan penampilan yang rapi dan bersih, serta memiliki pengetahuan yang baik mengenai fasilitas hotel dan restoran. Karena hal-hal tersebut dapat meningkatkan kepuasan pelanggan.

Saran Bagi Penelitian Selanjutnya

Disarankan untuk melakukan penelitian untuk melihat preferensi wisatawan senior dalam memilih hotel di Solo atau Semarang, karena dengan adanya jalan tol juga memudahkan wisatawan untuk berkunjung ke wilayah tersebut.

DAFTAR REFERENSI

Abooli, G., Omar, S. I., & Mohamed, B. (2015). The importance and performance of a destination attributes on senior tourists' satisfaction. *International journal of Asian social science*, 5(6), 355–368. Retrieved from <https://doi: 10.18488/journal.1/2015.5.6/1.6.355.368>

Anuar, J., Musa, M., Khalid, K. & Ngelambong, A. (2017). Hotel selection attributes among mature travellers at Redang island. *Journal of Tourism, Hospitality & Culinary Arts*, 9(2), 267-276.

- Caber, M & Albayrak, T. (2014). Does the importance of hotel attributes differ for senior tourist. *International Journal of Contemporary Hospitality Management*, 26(4), 610 – 628. Retrieved from <https://dx.doi.org/10.1108/IJCHM-02-2013-0103>.
- Callan, R.J., & Bowman, L. (2006). Selecting a hotel and determining salient Quality Attributes: A preliminary study of Mature British Travelers. *International Journal of Tourism Research*, 2(2), 97-118. Retrieved from [https://doi.org/10.1002/\(SICI\)15221970\(200003/04\)2:2<97::AID-JTR190>3.0.CO;2-1](https://doi.org/10.1002/(SICI)15221970(200003/04)2:2<97::AID-JTR190>3.0.CO;2-1).
- Fraenkel, J. R., Wallen, N., & Hyun, H. (2015). *How to Design and Evaluate Research in Education*. New York: McGraw Hill.
- Kementrian pariwisata Indonesia. (2016). *Rencana strategis pengembangan destinasi dan industri Pariwisata Tahun 2015 – 2019*. Retrieved from <https://www.kemenpar.go.id/post/rencana-strategis-pengembangan-destinasi-dan-industri-pariwisata-tahun-2015-2019>.
- Kotler, P., Keller, K.L., Molan, B. (2008). Manajemen Pemasaran. *Jakarta:PT Indeks*, 1(12).
- Munandar, A. S. (2012). *Psikologi industri dan organisasi*. Jakarta: UIPress.
- Muller, T. E., & O’Cass, A. (2001). Targeting the young at heart: Seeing senior vacationers the way they see themselves. *Journal of vacation marketing*, 7(4): 285-301.
- Rai Utama, I., G., B. (2015). Preferensi wisatawan senior terhadap pemilihan aktivitas wisata pada sebuah destinasi. *Kajian sekunder pra disertasi Program Doktor Universitas Udayana*, 9(12). Retrieved from <https://doi.org/10.13140/rg.2.1.2828.0809>.
- Sugiyono. (2016). *Metode penelitian kuantitatif kualitatif dan R&D*. Bandung: Alfabeta.

- Suryowati, E. (2019). Tol Pandaan diresmikan Jokowi, Surabaya-Malang cuma sejam. *Jawa Pos*. Retrieved from <https://www.jawapos.com/nasional/13/05/2019/tol-pandaan-diresmikan-jokowi-surabaya-malang-cuma-sejam>.
- Tampubolon, M., Sukmaningrum, P., & Wijaya, S. (2007). Analisa kepuasan senior market terhadap kualitas layanan di hotel bintang 4 dan bintang 5 di Surabaya. *Jurnal Manajemen Perhotelan*, 9(2), 135-143. Retrieved from <https://doi.org/10.9744/jmk.9.2.pp.20135-143>.
- Tourism Queensland. (2003). "*Grey Tourism (Seniors)*". Retrieved from <https://www.tq.com.au>