

# PERILAKU MASYARAKAT SURABAYA DALAM MELAKUKAN RESERVASI HOTEL SECARA ONLINE

Winny Kosno, Anggelina

Program Manajemen Perhotelan, Fakultas Ekonomi, Universitas Kristen Petra

**Abstrak:** Penelitian ini dilakukan untuk mengetahui bagaimana perilaku masyarakat Surabaya dalam melakukan reservasi secara *online* terutama dalam reservasi hotel dari segi tahap pra-pembelian, tahap pembelian dan tahap pasca-pembelian, kemudian ditinjau juga melalui sisi demografis (jenis kelamin, usia, tingkat pendidikan, pekerjaan dan pendapatan). Teknik analisis data yang digunakan adalah *Mean* dan Standard Deviasi, Tabulasi Silang (*Crosstab*) dan Analisa *Top and Bottom Two Boxes*. Hasil penelitian menunjukkan bahwa masyarakat Surabaya lebih memilih melakukan reservasi hotel secara *online* pada malam hari (19.00-23.00) menggunakan layanan reservasi *online* dengan alasan lebih praktis, cepat dan karena promosi yang ditawarkan.

Kata kunci:

Perilaku masyarakat, reservasi *online*

**Abstract:** *This research was undertaken examine Surabaya's community behavior in doing online reservation especially hotel reservation from pre-purchase phase, purchase phase, and pasca-purchase phase, also examined by demographic perspective (gender, ages, education level, occupation, and income level). Mean and Standard Deviation, Crosstab, and Top and Bottom Two Boxes analysis were used in this research. The result shows that Surabaya's community is likely to do online reservation at night (7pm-11pm) using online reservation services because it is more efficient, faster and also because of offers.*

Key word:

*Community's behavior, online reservation*

Pada era globalisasi saat ini, dimana kemajuan ilmu pengetahuan dan teknologi menjadi ciri khasnya dan seiiirang dengan kemajuan teknologi tersebut menyebabkan terjadinya perubahan kultur di masyarakat terlebih setelah adanya penemuan komputer dan laptop. Sebelumnya komputer hanya digunakan sebagai alat untuk menyimpan informasi secara internal tapi dengan kemajuan teknologi yang ada, komputer sudah diperlengkapi dengan internet. Perkembangan populasi pada internet semakin luas, para pengguna internet telah bertambah dengan cepat dan sudah secara luas menyebar ke sebagian besar lapisan masyarakat. Kini, hampir semua orang mengenal internet.

Menurut *World Wide Web Foundation*, pada Oktober 1990, Tim Berners-Lee berhasil mengspesifikasikan tiga teknologi dasar yang menjadi fondasi Web pada sekarang ini, yaitu *HTML, URL*, dan *HTTP*. Pada akhir tahun 1990, halaman Web yang pertama siap untuk digunakan secara internal. Tahun 1993, perusahaan mengumumkan bahwa *World Wide Web* sudah bisa diakses oleh masyarakat ramai secara gratis (*Web Inventor and Founding Director of the World Wide Web Foundation*, 2008, para.2).

| Wilayah Dunia           | Pengguna Internet Dec. 31, 2000 | Data Terbaru Pengguna Internet | Pertumbuhan 2000-2012 | Persentase Pengguna (%) |
|-------------------------|---------------------------------|--------------------------------|-----------------------|-------------------------|
| Afrika                  | 4,514,400                       | 167,335,676                    | 3,606.7 %             | 7.0 %                   |
| Asia                    | 114,304,000                     | 1,076,681,059                  | 841.9 %               | 44.8 %                  |
| Eropa                   | 105,096,093                     | 518,512,109                    | 393.4 %               | 21.5 %                  |
| Timur Tengah            | 3,284,800                       | 90,000,455                     | 2,639.9 %             | 3.7 %                   |
| Amerika Utara           | 108,096,800                     | 273,785,413                    | 153.3 %               | 11.4 %                  |
| Amerika Latin / Karibia | 18,068,919                      | 254,915,745                    | 1,310.8 %             | 10.6 %                  |
| Oceania / Australia     | 7,620,480                       | 24,287,919                     | 218.7 %               | 1.0 %                   |
| <b>Total Dunia</b>      | <b>360,985,492</b>              | <b>2,405,518,376</b>           | <b>566.4 %</b>        | <b>100.0 %</b>          |

Berdasarkan tabel diatas dapat dilihat penggunaan internet di Asia sendiri telah menyumbang kurang lebih 44.8%, yang merupakan persentase terbesar pengguna internet terbesar di dunia diikuti oleh Eropa dengan persentase 21.5%, sedangkan Amerika Utara menempati peringkat ketiga, dengan persentase 11.4%.

| ASIA      | Populasi (2012) | Pengguna Internet (Tahun 2000) | Pengguna Internet 30-Juni-2012 | Pene-trasi (%Popu-lasi) |
|-----------|-----------------|--------------------------------|--------------------------------|-------------------------|
| China     | 1,343,239,923   | 22,500,000                     | 538,000,000                    | 40.1 %                  |
| Hong Kong | 7,153,519       | 2,283,000                      | 5,329,372                      | 74.5 %                  |
| India     | 1,205,073,612   | 5,000,000                      | 137,000,000                    | 11.4 %                  |
| Indonesia | 248,645,008     | 2,000,000                      | 55,000,000                     | 22.1 %                  |
| Japan     | 127,368,088     | 47,080,0                       | 101,228,736                    | 79.5 %                  |

Dari tabel ini bisa dilihat bahwa terjadi peningkatan yang signifikan dalam penggunaan internet di Indonesia, pada tahun 2000 hingga tahun 2012 pengguna internet meningkat dari hanya 2 juta pengguna menjadi 55 juta pengguna. Terjadi peningkatan yang sangat signifikan yaitu sebesar 2750%.

Jumlah pengguna Internet yang besar dan semakin berkembang, telah mewujudkan budaya Internet. Internet juga mempunyai pengaruh yang besar atas ilmu, dan pandangan dunia. Dengan hanya berpandukan mesin pencari seperti *Google*, pengguna di seluruh dunia mempunyai akses Internet yang mudah atas bermacam-macam informasi.

Pada awalnya, internet digunakan untuk mencari suatu data atau informasi, memperdalam pengetahuan ataupun sekedar untuk *browsing*. Namun dengan berkembangnya waktu, penggunaan internet dapat dilakukan untuk berbisnis juga. Hal ini didukung dengan berkembangnya jejaring sosial yang saat ini diminati oleh masyarakat di seluruh dunia sebagai contoh *facebook*, *twitter*, *myspace*, *Tumblr*, dan lain-lain. Dengan didukungnya jejaring sosial tersebut, maka seseorang akan lebih mudah untuk berinteraksi dengan orang lain tanpa perlu bertemu di suatu tempat. Hal inilah yang akhirnya membuat banyak orang menggunakan media internet sebagai alat perdagangan elektronik atau yang lebih sering disebut sebagai *e-commerce*.

Riset *center e-commerce* di *Texas University* menganalisa 2000 perusahaan yang online di internet, sektor yang tumbuh paling cepat adalah *e-Commerce*, melebihi \$500 Milyar di tahun 1999. Pada akhir tahun 2000, pendapatan diharapkan mencapai \$850 Milyar. Ini secara tidak langsung memberikan informasi bahwa ekonomi internet menyokong sekitar 2.75 juta pekerjaan (Friedman, 2000). Di tahun 2006 pendapatan di internet telah mencapai angka triliunan dolar, salah satu hal yang menjadi alasan jaringan protokol dan *software* berkembang secara pesat adalah meningkatnya persaingan dan berbagai tekanan bisnis.

Penyedia layanan jasa reservasi *online* terhubung dengan hotel-hotel melalui sebuah sistem yaitu, *Global Distribution System* (GDS). Dengan menggunakan (GDS) penyedia jasa layanan reservasi secara *online* bisa mengakses jumlah ketersediaan kamar dan harga kamar yang ada di hotel manapun di belahan dunia manapun. Dengan adanya sistem ini, hotel lebih efektif dan mudah dijangkau oleh calon tamu dari manapun dan kapanpun melalui media internet tanpa terbatas jarak dan waktu. Salah satu layanan reservasi hotel secara *online* yang terhubung dengan GDS adalah *Agoda.com*. Jumlah total pendapatan dari reservasi hotel melalui *Agoda.com* pada bulan Januari sampai Oktober 2007 hanya sekitar \$36 Juta, kemudian meningkat sekitar 122 persen dari tahun 2006 (*Priceline acquires Asian online hotel reservation service Agoda news*, 2007, para. 11). Hal ini membuktikan bahwa besarnya animo masyarakat dalam melakukan reservasi *online*.

## **RANGKUMAN KAJIAN TEORITIK**

### **Perilaku konsumen**

Perilaku konsumen adalah studi mengenai individu, kelompok atau organisasi dan proses-proses yang dilakukan dalam memilih, menentukan, mendapatkan, menggunakan dan menghentikan pemakaian produk, jasa, pengalaman atau ide untuk memuaskan kebutuhan serta dampak proses-proses tersebut terhadap konsumen dan masyarakat (Hawkins, Best & Coney, 2001).

Proses yang dilalui oleh seseorang dalam mencari, membeli, menggunakan, mengevaluasi, dan bertindak pasca konsumsi produk, jasa, maupun ide yang diharapkan bisa memenuhi kebutuhannya (Schiffman dan Kanuk, 2004).

Menurut Peter dan Olson (2008), perilaku konsumen dapat terlihat ketika konsumen melakukan pembelian akan barang-barang konsumsi secara berulang-ulang (p. 196). Perilaku konsumen terdiri dari 3 tahapan, yaitu:

1. Tahap Pra-pembelian
  - a. Pencarian akan Informasi

Proses pencarian akan informasi terjadi saat konsumen secara sengaja maupun tidak sengaja mendapatkan informasi mengenai suatu produk, merek, maupun toko dengan membaca atau melakukan pengamatan melalui koran, majalah, ataupun media-media lainnya.

b. Pengadaan Biaya

Tahapan pengadaan biaya merupakan kunci pokok akan pertukaran yang dilakukan konsumen untuk mendapatkan suatu barang. Hal ini tidak hanya menyangkut perihal materi atau uang, tetapi waktu dan pengorbanan juga diperhitungkan.

2. Tahap Pembelian

a. Pencarian Lokasi

Sebagian besar proses pencarian akan pembelian barang-barang konsumsi terjadi secara langsung pada sebuah toko atau tempat tertentu, meskipun ada beberapa fasilitas lainnya seperti pembelian secara online maupun pembelian melalui telepon. Aktivitas ini meliputi pencarian lokasi dan penjelajahan suatu lokasi dimana barang tersebut dapat diperoleh, secara online pencarian dan penjelejhannya melalui internet.

b. Pencarian Barang

Proses pencarian barang lebih terfokus kepada model barang yang ditawarkan serta merek dari barang tersebut. Selain itu konsumen seringkali mendapatkan pengaruh dari *pull strategies*, dimana konsumen didorong untuk membeli suatu barang dari suatu merek tertentu dengan mendapat keuntungan tambahan yang ditawarkan oleh merek tersebut.

c. Transaksi

Sebuah transaksi akan terjadi pada saat sejumlah uang yang dimiliki oleh konsumen ditukarkan dengan sebuah barang yang akan mereka konsumsi.

3. Tahap Paska Pembelian

a. Konsumsi dan Penggantian

Setelah melakukan konsumsi dan merasa puas, konsumen akan memberikan gambaran perilaku yang akan mengakibatkan meningkatkan kemungkinan pembelian kembali akan produk tersebut. Tetapi apabila produk yang dikonsumsi tersebut kurang memuaskan kebutuhan konsumen, maka akan terjadi proses penggantian ke produk-produk lainnya.

b. Komunikasi

Setelah melakukan proses konsumsi, konsumen akan membagikan informasi mengenai produk yang dikonsumsi kepada orang lain serta mendorong orang lain untuk ikut mengkonsumsi produk tersebut

## **METODE PENELITIAN**

### **Jenis penelitian, Populasi dan Sampel**

Jenis penelitian ini menghasilkan data berupa angka-angka yang akan diolah oleh komputer melalui program SPSS. Metode penelitian yang digunakan adalah metode kuantitatif deskriptif. Populasi dari penelitian ini adalah masyarakat Surabaya yang melakukan reservasi secara *online* di hotel-hotel Asia Pasifik. Adapun jenis penarikan sampel yang digunakan adalah *judgemental sampling* (Sugiyono, 2007, p. 120). *Judgemental sampling* adalah teknik penentuan sampel dimana peneliti memilih sampel berdasarkan penelitian terhadap beberapa karakteristik anggota sampel yang disesuaikan dengan keinginan penulis. (Kuncoro, 2003, p.19). Adapun sampel dalam penelitian ini adalah masyarakat Surabaya yang pernah melakukan reservasi hotel secara *online* di Asia Pasifik dengan beberapa kriteria antara lain :

1. Responden adalah penduduk asli kota Surabaya yang memiliki Kartu Tanda Penduduk (KTP) Surabaya minimal berusia 17 tahun.
2. Responden adalah penduduk kota Surabaya yang pernah melakukan reservasi hotel secara *online* di hotel-hotel Asia Pasifik dalam 1 tahun terakhir (periode Mei 2012- April 2013).

### **Jenis dan Sumber Data**

Dalam penelitian ini, jenis data yang dikumpulkan, yaitu: (1) Data Primer yaitu berupa kuisisioner yang dibagikan kepada masyarakat Surabaya yang pernah melakukan reservasi di hotel-hotel Asia Pasifik secara *online*; (2) Data Sekunder yaitu data atau informasi yang diperoleh melalui buku-buku yang memiliki teori yang berhubungan dengan penelitian ini, selain itu, data juga diperoleh dari internet.

### **Metode dan Prosedur Pengumpulan Data**

Metode yang digunakan adalah (1) metode survey, yaitu dengan membagikan kuisisioner kepada masyarakat Surabaya di beberapa tempat di Surabaya dan; (2) wawancara terbuka, yaitu dengan memberikan pertanyaan yang merupakan garis besar permasalahan kepada masyarakat Surabaya di beberapa tempat di Surabaya.

### **Definisi Operasional Variabel**

Berikut ini adalah variabel yang digunakan dalam penelitian ini:

#### 1. Perilaku konsumsi

Perilaku konsumsi yang dimaksud dalam penelitian ini adalah perilaku konsumsi Masyarakat Surabaya, yaitu kegiatan-kegiatan masyarakat Surabaya dalam melakukan reservasi hotel secara *online*, termasuk di dalamnya proses pengambilan keputusan pada persiapan dan penentuan tersebut. Perilaku konsumen dibagi menjadi 3 tahapan, yaitu:

##### a. Tahap pra-pembelian

Tahap pra-pembelian merupakan tahapan awal seorang konsumen dalam mencari informasi akan harga kamar, fasilitas, lokasi dari hotel yang dituju, serta menyiapkan sejumlah dana tertentu untuk mendapatkan produk tersebut. Indikator yang akan digunakan untuk tahapan ini adalah:

- Mencari informasi dari media cetak (koran, majalah, tabloid, dan lain lain).
- Mencari informasi dari media elektronik (TV, radio, *website*, situs jejaring sosial, dan lain lain).
- Mencari informasi dari teman atau kerabat dekat.
- Membandingkan informasi-informasi yang didapatkan.
- Mempertimbangkan promosi-promosi yang ditawarkan.

##### b. Tahap pembelian

Tahap pembelian merupakan suatu tahapan dimana konsumen akan melakukan proses reservasi secara *online* di hotel yang diinginkannya. Indikator yang akan digunakan untuk tahapan ini adalah:

- Melakukan reservasi secara *online* di *website* hotel yang diinginkan.
- Melakukan reservasi hotel secara *online* melalui *website* layanan reservasi hotel *online* seperti Agoda.com, booking.com, dan sebagainya.
- Memilih waktu yang tepat untuk melakukan reservasi hotel secara *online*.
- Melakukan transaksi pembayaran dengan menggunakan kartu kredit.

##### c. Tahap paska pembelian

Tahap paska pembelian adalah tahapan akhir setelah konsumen mendapatkan suatu produk dimana konsumen pada akhirnya akan mengkonsumsi barang tersebut. Indikator yang akan digunakan untuk tahapan ini adalah:

- Melakukan konfirmasi ulang setelah melakukan transaksi.
- Mengevaluasi apakah kepuasan yang didapatkan sama seperti harapan dari konsumen.
- Melakukan kembali proses reservasi hotel *online* di *website* hotel tersebut karena kepuasan yang didapat.
- Melakukan kembali proses reservasi hotel *online* di layanan reservasi *online* seperti Agoda.com atau booking.com karena kepuasan yang didapat.
- Memberikan masukan atau saran kepada hotel atau layanan reservasi *online* yang dikonsumsi

## **TEKNIK ANALISIS DATA**

### **Analisa Statistik Deskriptif**

Dalam penelitian ini, penulis menggunakan teknik analisa *Mean* (nilai rata-rata) dan standar deviasi untuk memberikan gambaran atau deskripsi mengenai kecenderungan perilaku masyarakat Surabaya dalam melakukan reservasi hotel secara *online*.

### **Analisa Top Two Boxes Bottom Two Boxes**

*Top two boxes* atau *bottom two boxes* membagi skala *likert* 1-5 menjadi 2 (dua) kategori yang berbeda. Jawaban pertanyaan responden yang masuk dalam tingkatan setuju dan sangat setuju (jawaban 4 dan 5) masuk ke dalam kategori *Top Two Boxes*, sedangkan jawaban responden yang masuk kedalam tingkatan tidak setuju dan sangat tidak setuju (jawaban 2 dan 1) masuk ke dalam kategori *Bottom Two Boxes*.

### **Tabulasi Silang**

Metode tabulasi silang (*Crosstab*) digunakan untuk melihat hubungan antara dua variabel dalam satu tabel. Variabel yang dianalisa dengan metode ini adalah variabel yang bersifat kualitatif, yaitu yang memiliki skala nominal. Tabulasi silang merupakan salah satu alat yang paling berguna untuk mempelajari hubungan diantara variabel-variabel karena hasilnya mudah dikomunikasikan (Santoso dan Tjiptono, 2001, p.137)

### **Wawancara**

Dalam penelitian ini digunakan teknik wawancara tidak terstruktur. Wawancara tidak berstruktur (*unstructured interview*) merupakan wawancara yang bebas dan peneliti tidak menggunakan pedoman wawancara yang telah tersusun secara sistematis dan lengkap untuk pengumpulan datanya. (Estenberg ,2010, p.233). Penulis akan melakukan wawancara terhadap 5 orang dari berbagai kalangan yang telah dipilih dengan kriteria umur dan pekerjaan yang berbeda untuk mewakili sampel.

## **ANALISA DAN PEMBAHASAN**

### **Profil Responden**

Penulis menyebarkan sekitar 120 kuesioner dan hanya 102 kuesioner yang terisi dan valid. Responden yang mendominasi penelitian ini adalah responden pria dengan persentase sebesar 57.8% dan wanita 42.2%. Mayoritas responden berusia 17-25 tahun, sebanyak 49 orang (48%), dan minoritas responden berusia 46-55 tahun sebanyak 5 orang (4,9%). Dalam penulisan ini tidak terdapat golongan diatas 65 tahun dan dibawah 17 tahun dan mayoritas pendidikan terakhir responden adalah strata 1 (S1)/ sederajat yaitu sebanyak 59 orang (58,8%). Dalam penelitian ini banyak terdapat masyarakat Surabaya yang berprofesi sebagai pegawai swasta, yaitu 33 orang (32,4%) dan minoritas adalah yang bekerja sebagai pegawai negeri, hanya 4 orang (3,9%) saja.

Menurut pendapatan sebanyak 46 orang (45,1%) memiliki pendapatan sebesar Rp 2.500.000 – Rp 5.000.000. Minoritas responden dalam penulisan ini memiliki uang saku atau pendapatan rata-rata perbulan diatas Rp 10.000.00 sebanyak 16 orang (15,6%). Berdasarkan penelitian terdapat sebanyak 70 orang (68.6%) memilih untuk melakukan resevasi hotel secara *online* pada waktu malam hari yaitu pada jam 19.00 – 23.00 dan hanya 2 orang (2%) memilih untuk melakukan reservasi pada Dini hari yaitu pukul 00.00 – 05.00. Sebanyak 62,7% responden memilih untuk melakukan reservasi hotel secara online melalui layanan reservasi online seperti booking.com, agoda.com, dan lain lain. Sebanyak 38,3% responden memilih untuk melakukan reservasi *online* melalui website hotel. Sebanyak 75.5% responden menyatakan bahwa berlibur merupakan tujuan utama ketika melakukan reservasi *online*. Mayoritas responden melakukan reservasi *online* dalam kurun waktu 1-2 kali setahun.

#### **Analisa Mean dan Standar Deviasi**

Berdasarkan analisa *mean* yang dilakukan, dapat disimpulkan bahwa masyarakat Surabaya selalu mencari informasi terlebih dahulu kemudian membandingkan informasi yang didapat, serta membandingkan dan mempertimbangkan promosi-promosi yang ditawarkan. Pada tahap pembelian, masyarakat Surabaya tidak memiliki kecenderungan untuk memilih waktu dalam melakukan reservasi *online*, untuk menggunakan layanan reservasi hotel secara *online* atau website hotel dan untuk melakukan transaksi pembayaran dengan menggunakan kartu kredit. Kemudian mayoritas responden setuju untuk melakukan konfirmasi setelah melakukan reservasi *online*. Responden juga bersedia untuk mengisi kuesioner dan memberikan saran kepada pihak hotel atau penyedia layanan reservasi *online*.

#### **Analisa Top Two and Bottom Two Boxes**

Melalui analisa yang dilakukan, penulis menyimpulkan bahwa responden setuju untuk mempertimbangkan promosi-promosi yang ditawarkan dan selalu membandingkan informasi yang didapatkan terlebih dahulu sebelum reservasi. Di sisi lain, responden tidak setuju untuk mencari informasi melalui media cetak sebelum melakukan reservasi hotel secara *online*. Selain itu, juga tidak setuju untuk mencoba melakukan reservasi hotel *online* kembali melalui *website* yang lain karena kepuasan yang didapat. Hasil analisa yang didapatkan hampir serupa dengan hasil analisa *mean* sebelumnya.

#### **Tabulasi Silang**

- **Tabulasi silang antara Waktu Reservasi *Online* dengan Jenis Kelamin**

Penulis mendapati mayoritas responden pria dan wanita di Surabaya yaitu 70 responden (68.6%) memilih untuk melakukan reservasi hotel secara *online* pada malam hari yaitu pukul 19.00 – 23.00. Jarang responden yang melakukan reservasi *online* pada pagi (06.00-10.00), siang (11.00-14.00), dan sore (15.00-18.00) dan penulis memberikan tambahan pertanyaan mengenai alasan responden melakukan reservasi hotel secara *online* pada malam hari. Mayoritas jawaban dari para responden adalah karena pada pagi, siang atau sore hari terdapat aktivitas lain sehingga responden hanya sempat melakukan reservasi hotel secara *online* pada malam hari.

- **Tabulasi silang antara Jenis Kelamin dengan Alasan Memilih Reservasi *Online***

Masyarakat Surabaya memilih melakukan reservasi hotel secara *online* dikarenakan lebih praktis, cepat dan karena adanya promosi yang menarik.

- **Tabulasi silang antara Jenis Kelamin dengan Media Reservasi *Online***

Mayoritas responden lebih memilih untuk melakukan reservasi melalui layanan reservasi *online* (booking.com, agoda.com, dan lain-lain) dan tidak terdapat perbedaan jumlah yang terlalu besar antara responden pria dan wanita yang memilih untuk menggunakan layanan

reservasi *online*. Dapat juga diartikan bahwa 7 di antara 10 orang dari masyarakat Surabaya akan memilih menggunakan layanan reservasi *online* daripada website hotel

- **Tabulasi silang antara Alasan Memilih Reservasi *Online* dengan Pekerjaan**

Penulis menyimpulkan bahwa pelajar / mahasiswa, pegawai swasta dan profesional melakukan reservasi hotel secara *online* karena lebih praktis, pegawai negeri melakukan reservasi hotel secara *online* karena adanya promosi yang menarik, wiraswasta melakukan reservasi hotel secara *online* karena lebih cepat selain itu juga karena adanya promosi yang menarik.

- **Tabulasi silang antara Pekerjaan Responden dengan Tujuan Melakukan Reservasi *Online***

Didapati bahwa yang paling sering melakukan reservasi *online* dengan tujuan berlibur dan untuk keperluan bisnis adalah pegawai swasta. Selain itu, tujuan dari pelajar / mahasiswa dalam melakukan reservasi *online* adalah untuk mengunjungi keluarga / kerabat / teman.

- **Tabulasi silang antara Frekuensi Melakukan Reservasi *Online* dengan Jenis Kelamin**

Responden pria lebih banyak melakukan reservasi hotel secara *online* dibandingkan responden wanita. Sebanyak 70,6% responden melakukan reservasi hotel secara *online* sebanyak 1-2 kali dalam 1 tahun. Hanya terdapat 2 orang yang melakukan reservasi hotel secara *online* dalam kurun waktu lebih dari 6 kali setahun.

- **Tabulasi silang antara Frekuensi Melakukan Reservasi *Online* dengan Pekerjaan**

Mayoritas masyarakat Surabaya yang melakukan reservasi *online* 1-4 kali dalam 1 tahun adalah masyarakat yang berprofesi sebagai pegawai swasta. Kemudian, wiraswasta merupakan kategori berikutnya yang sering melakukan reservasi dengan frekuensi 5-6 kali dalam 1 tahun.

- **Tabulasi silang antara Usia dengan Frekuensi Melakukan Reservasi *Online***

Melalui analisa yang dilakukan, penulis bahwa mayoritas masyarakat Surabaya dengan umur 17-25 tahun yang menjadi responden, namun yang paling sering melakukan reservasi *online* adalah yang berumur 26-35 tahun, terdapat 2 responden yang melakukan reservasi *online* lebih dari 6 kali dalam setahun . Di sisi lain, untuk golongan umur diatas 56 tahun tidak ada yang melakukan reservasi hotel secara *online*. Kesimpulan lain yang dapat diambil adalah masyarakat Surabaya dengan kategori usia produktif adalah yang sering melakukan reservasi hotel secara *online*.

- **Tabulasi silang antara Pendapatan dengan Frekuensi Melakukan Reservasi *Online***

Masyarakat Surabaya dengan pendapatan Rp 2.500.000 – Rp 5.000.000 adalah yang paling sering melakukan reservasi hotel secara *online* dengan persentase sebesar 46%, diikuti oleh masyarakat Surabaya dengan pendapatan < Rp 2.500.000 dengan persentase sebesar 22.5%. Selanjutnya, masyarakat yang berpendapatan sebesar >Rp10.000.000 jarang melakukan reservasi hotel secara *online* dibandingkan dengan golongan pendapatan yang lain.

- **Tabulasi silang antara Pendapatan dengan Media Reservasi *Online***

Hasil penelitian menunjukkan bahwa masyarakat Surabaya dengan semua kategori pendapatan lebih cenderung untuk melakukan reservasi hotel secara *online* melalui layanan reservasi hotel *online* daripada website hotel. Hanya sebanyak 37.2% dari total responden yang memilih untuk melakukan reservasi melalui website hotel.

- **Tabulasi silang antara Usia dengan Waktu Reservasi *Online***

Masyarakat Surabaya yang paling sering melakukan reservasi hotel secara *online* pada pagi (06.00-10.00) , sore (15.00-18.00) dan dini hari (00.00-05.00) adalah yang berkategori



usia 26-35 tahun. Kemudian pada siang (11.00-14.00) dan malam (19.00-23.00) adalah masyarakat dengan kategori usia 17-25 tahun.

### **Wawancara**

Selain menyebarkan kuesioner, penulis juga melakukan wawancara terbuka dengan 5 orang responden yang memiliki umur, profesi serta latar belakang yang bervariasi untuk mengetahui dengan lebih jelas alasan responden memilih melakukan reservasi hotel secara *online*. Berikut pengkajian wawancara yang penulis lakukan:

- Informan A

Wawancara dilakukan dengan seorang wiraswasta berumur 36 tahun yang bernama Caroline. Caroline memilih melakukan reservasi hotel secara *online* karena lebih praktis bila dibandingkan dengan *travel agent* yang seringkali membutuhkan proses yang panjang dan lama, sedangkan reservasi secara *online* sangat mudah dilakukan hanya dengan menggunakan komputer/laptop ataupun *gadget-gadget* yang mempunyai fitur untuk terkoneksi dengan internet, hotel dimanapun yang ingin dikunjungi bisa dipesan hanya dalam hitungan menit.

- Informan B

Wawancara kedua dilakukan dengan seorang wiraswasta muda yang bernama Edwin. Edwin memilih melakukan reservasi hotel secara *online* melalui layanan reservasi *online*, karena lebih murah dibandingkan dengan website hotel tersebut secara langsung, selain itu juga layanan reservasi *online* ini juga menyediakan promosi dan ada sistem pengumpulan poin yang nantinya dapat digunakan untuk pemotongan harga pembelian berikutnya, hal inilah yang menarik responden melakukan reservasi hotel secara *online* melalui layanan reservasi *online* (agoda.com atau booking.com)

- Informan C

Erick merupakan seorang profesional berumur 35 tahun yang bergerak di bidang pariwisata memilih melakukan reservasi *online* pada malam hari, karena pada malam hari merupakan waktu senggang, dimana tidak ada lagi aktivitas seperti bekerja, sehingga melancarkan responden melakukan reservasi hotel secara *online*.

- Informan D

Wawancara keempat dilakukan dengan seorang mahasiswi jurusan Interior universitas swasta terkenal di Surabaya yang bernama Natalia. Natalia lebih memilih melakukan reservasi hotel secara *online* karena lebih praktis. Reservasi hotel bisa dilakukan dimanapun tanpa terbatas jarak dan waktu, seperti yang diketahui bahwa mayoritas hotel telah menyediakan layanan 24jam. Walaupun terkadang terdapat masalah dalam pembayaran seperti *error* ketika verifikasi kartu kredit, tetapi Natalia tetap memilih menggunakan layanan reservasi *online*.

- Informan E

Bobby yang adalah seorang pegawai swasta berumur 26 tahun yang bekerja di sebuah perusahaan beton di Surabaya menyatakan bahwa dia selalu melakukan reservasi hotel secara *online*. Penawaran yang menarik dan harga yang lebih murah merupakan alasan responden lebih suka melakukan reservasi hotel secara *online* dengan menggunakan layanan reservasi hotel *online*. Bobby mengatakan bahwa harga yang ditawarkan oleh *travel agent* atau dari

website hotel lebih mahal dibandingkan dengan yang ditawarkan oleh layanan reservasi hotel *online*.

### **Pembahasan**

Perilaku yang ditunjukkan oleh masyarakat Surabaya dalam melakukan reservasi hotel secara *online* pada tahap pra-pembelian adalah kecenderungan untuk terlebih dahulu mencari dan membandingkan semua informasi dan promosi yang didapatkan dari media elektronik maupun dari teman atau kerabat sebelum melakukan reservasi *online*. Ini memberikan kesan bahwa masyarakat Surabaya sangat berhati-hati dalam melakukan reservasi hotel secara *online*. Sedangkan pada tahap pembelian, masyarakat Surabaya lebih memilih untuk melakukan reservasi hotel secara *online* dengan menggunakan layanan reservasi *online* dan cenderung untuk memilih waktu dalam melakukan reservasi *online* yaitu pada malam hari (19.00-23.00). Pada tahap paska-pembelian, masyarakat Surabaya cenderung untuk melakukan reservasi *online* kembali pada *website* yang sama karena kepuasan yang didapat dan masyarakat Surabaya bersedia untuk mengisi kuesioner yang diberikan oleh pihak hotel atau layanan reservasi *online*.

Praktis, cepat dan promosi yang menarik merupakan 3 alasan utama masyarakat Surabaya dalam melakukan reservasi hotel secara *online*. Melalui wawancara singkat yang dilakukan oleh penulis dengan beberapa informan, informan juga mengungkapkan alasan yang serupa. Masyarakat Surabaya memperoleh banyak keuntungan ketika memutuskan untuk melakukan reservasi *online*. Contohnya, reservasi secara *online* dapat dilakukan dimana saja tanpa dibatasi oleh waktu dan jarak, ketika akan melakukan reservasi untuk hotel di kota lain, tidak perlu mengeluarkan biaya ekstra untuk menelepon hotel. Reservasi pun dapat dilakukan pada jam berapa saja yang dikehendaki, tidak seperti *travel agent* yang hanya beroperasi pada jam-jam tertentu saja. Sering kali harga yang tertera pada *website* atau layanan reservasi secara *online* pun lebih murah dibandingkan dengan *travel agent*. Poin lain yang membuat masyarakat Surabaya lebih memilih untuk melakukan reservasi hotel secara *online* adalah banyaknya penawaran menarik yang diberikan oleh layanan reservasi *online* seperti sistem pengumpulan poin yang berhasil menarik minat banyak masyarakat Surabaya untuk melakukan reservasi hotel secara *online*.

Lebih spesifik lagi, mayoritas masyarakat Surabaya yang melakukan reservasi hotel secara *online* adalah yang berprofesi sebagai pegawai swasta. Di urutan kedua yaitu wiraswasta dan ketiga yaitu pelajar/mahasiswa. Tujuan utama para masyarakat Surabaya dalam melakukan reservasi hotel secara *online* yang paling utama adalah berlibur. Sedangkan untuk menghadiri konferensi lebih banyak dilakukan oleh wiraswasta, profesional dan pelajar. Keperluan bisnis juga merupakan salah satu alasan dari pegawai swasta dalam melakukan reservasi hotel secara *online*. Dibandingkan dengan golongan masyarakat Surabaya lainnya, pelajar / mahasiswa adalah yang paling sering melakukan reservasi hotel secara *online* tujuan mengunjungi keluarga/teman/kerabat.

Hal lain yang dapat ditinjau yaitu dari segi frekuensi, masyarakat Surabaya lebih sering melakukan reservasi hotel secara *online* dalam 1-2 kali dalam 1 tahun dan yang melakukan reservasi adalah masyarakat laki-laki. Kemudian golongan masyarakat yang paling sering melakukan reservasi adalah yang berprofesi sebagai pegawai swasta, diikuti oleh pelajar/mahasiswa dan wiraswasta. Namun hal menarik lain yang bisa dilihat adalah, wiraswasta adalah golongan masyarakat dengan frekuensi melakukan reservasi *online* yang paling bervariasi bahkan terdapat responden yang melakukan reservasi *online* sampai lebih dari 6 kali setahun.

Dari segi usia, golongan umur yang paling sering melakukan reservasi adalah 17-25 tahun. Secara keseluruhan, masyarakat Surabaya dengan usia 17-45 tahun masih aktif melakukan

reservasi hotel secara *online*. Sedangkan antara 46-55 tahun jarang melakukan reservasi hotel secara *online* kemudian diatas >56 tahun tidak pernah melakukan reservasi hotel secara *online*. Hal ini dikarenakan masyarakat dengan golongan umur ini hanya ikut menggunakan fasilitas reservasi *online* tetapi tidak ikut andil dalam proses pemesanan. Alasan lain adalah karena tidak tahu cara untuk menggunakan internet ataupun komputer. Jika dihubungkan dengan waktu melakukan reservasi *online* maka golongan umur 17-25 tahun paling sering melakukan reservasi pada malam hari. Jika ditinjau lebih dalam lagi menurut jenis kelamin, maka yang paling sering melakukan reservasi hotel secara *online* adalah laki-laki. Hal ini dapat kita lihat pada tabel 4.13 yang menunjukkan bahwa terdapat masyarakat yang melakukan reservasi *online* dengan frekuensi 5-6 kali dalam satu tahun. Pada waktu pagi, siang hari dan sore hari masih terdapat masyarakat Surabaya yang melakukan reservasi, baik itu laki-laki atau wanita. Di sisi lain, pada dini hari, terdapat sangat sedikit masyarakat yang memilih untuk melakukan reservasi hotel secara *online*. Adapun yang melakukan reservasi adalah laki-laki, sedangkan wanita memilih untuk tidak melakukan reservasi pada dini hari. Dari hasil penelitian hanya yang melakukan reservasi hotel secara *online* pada dini hari adalah yang berusia 26-35 tahun.

Masyarakat Surabaya yang berpendapatan sebesar Rp 2.500.000-Rp 5.000.000 adalah yang paling sering melakukan reservasi hotel secara *online* dengan frekuensi sebanyak 1-2 kali dalam 1 tahun. Golongan masyarakat dengan pendapatan dibawah Rp2.500.000 dan antara Rp5.000.001- Rp10.000.000 juga sering melakukan reservasi hotel secara *online*. Kemudian fakta lain adalah golongan masyarakat yang berpendapatan sebesar >Rp10.000.000 jarang melakukan reservasi hotel secara *online* dibandingkan dengan golongan pendapatan yang lain. Secara keseluruhan, masyarakat Surabaya dengan semua golongan pendapatan lebih memilih untuk melakukan reservasi hotel dengan menggunakan layanan reservasi hotel secara *online*.

## KESIMPULAN

Berdasarkan data yang telah dikajikan pada bagian sebelumnya, maka penulis memberikan kesimpulan sebagai berikut:

### 1. Berdasarkan Profil Responden

- Dominasi responden dalam penulisan ini adalah responden pria, yaitu sebanyak 57,8%
- Mayoritas responden adalah yang berusia 17 – 25 tahun yaitu sebesar 48%
- Pendidikan terakhir oleh responden adalah strata 1 atau sederajat, yaitu sebesar 58,8%
- Responden yang mendominasi berdasarkan pekerjaan adalah pegawai swasta dengan besar persentase 32,4 %
- Responden lebih menyukai melakukan reservasi hotel secara *online* karena lebih praktis dengan besar persentase 28,4%.
- Berlibur merupakan mayoritas tujuan dari para responden dalam melakukan reservasi hotel secara *online*.
- Malam hari merupakan jam yang paling sering dipakai oleh responden untuk melakukan reservasi hotel secara *online* dengan persentase sebesar 68,6%.
- Layanan reservasi hotel online seperti booking.com atau agoda.com merupakan media yang lebih dipilih oleh responden dalam melakukan reservasi dengan persentase sebesar 62,7%.

### 2. Berdasarkan hasil *mean* dan standar deviasi

- Pada tahap pra pembelian, responden mengakui bahwa responden cenderung mencari informasi melalui media elektronik daripada media cetak.
  - Mencari dan membandingkan informasi dan promosi menarik yang diberikan oleh layanan reservasi *online* maupun dari website hotel merupakan hal yang selalu dilakukan oleh para responden.
  - Responden juga menyatakan bahwa jika diberi kuesioner oleh pihak hotel atau penyedia layanan reservasi hotel *online*, maka mereka akan bersedia mengisi kuesioner tersebut.
  - Responden tidak setuju bahwa mereka harus mencoba melakukan reservasi hotel *online* kembali melalui *website* yang lain karena kepuasan yang didapat, dengan kata lain ketika sudah mendapatkan kepuasan, maka responden akan melakukan reservasi kembali pada *website* yang sama.
3. Berdasarkan hasil tabulasi silang
- Masyarakat Surabaya baik pria maupun wanita lebih memilih melakukan reservasi *online* pada malam hari dan responden wanita tidak pernah melakukan reservasi *online* pada dini hari. Mayoritas alasan responden melakukan reservasi *online* adalah lebih praktis, media yang sering digunakan adalah layanan reservasi *online*.
  - Mayoritas responden melakukan reservasi *online* dengan tujuan berlibur. Responden yang bertujuan bisnis paling banyak yang berprofesi sebagai pegawai swasta, sedangkan mayoritas yang bertujuan mengunjungi keluarga / teman/ kerabat adalah mahasiswa/pelajar.
  - Mayoritas masyarakat Surabaya melakukan reservasi *online* 1-2kali dalam setahun. Responden yang paling sering melakukan reservasi *online* adalah yang berjenis kelamin pria, terbukti dengan terdapat 6 responden pria yang pernah melakukan reservasi *online* sebanyak 5-6 kali dalam setahun.
  - Masyarakat Surabaya yang mempunyai pendapatan Rp5.000.000 dan dibawah Rp5.000.000 adalah yang paling sering melakukan reservasi *online* terbukti dengan terdapat responden yang melakukan reservasi *online* lebih dari 6 kali setahun, sedangkan masyarakat yang mempunyai pendapatan diatas Rp5.000.000 tidak pernah lebih dari 6 kali setahun melakukan reservasi *online*.
  - Dari hasil penelitian hanya 2 responden yang pernah melakukan reservasi *online* pada dini hari yaitu responden yang berusia 26-35 tahun.

### **SARAN**

Berdasarkan data yang telah dikaji sebelumnya, maka saran yang dapat diberikan oleh penulis, adalah sebagai berikut:

1. Kepada hotel-hotel di Asia Pasifik yang mempunyai fasilitas reservasi *online*.
  - Menyebarkan informasi mengenai hotel melalui media elektronik, sehingga hotel lebih mudah dikenal oleh masyarakat Surabaya.
  - Melakukan penawaran dan promosi-promosi yang menarik, sehingga mendorong masyarakat untuk melakukan reservasi *online* langsung di *website* hotel yang dituju.
  - Mengirimkan kuesioner melalui *e-mail* kepada masyarakat yang telah melakukan reservasi secara *online*, untuk mengetahui kritik dan saran masyarakat yang nantinya dapat dipakai untuk mengembangkan hotel.
2. Kepada penyedia layanan reservasi *online*.
  - Mengirimkan kuesioner *e-mail* kepada masyarakat yang telah melakukan reservasi secara *online*, untuk mengetahui kritik dan saran masyarakat yang nantinya dapat dipakai untuk mengembangkan penyedia layanan reservasi *online*.

- Pertahankan serta tingkatkan pemberian promosi-promosi yang menarik bagi masyarakat, karena hal ini menarik masyarakat untuk melakukan reservasi secara *online*.
3. Kepada pengembangan penulisan berikutnya.
- Menggali lebih dalam mengenai perilaku masyarakat Surabaya dalam melakukan reservasi *online*, penulis mengusulkan untuk meninjau dari segi usia atau gender, untuk melihat lebih dalam perbedaan-perbedaan perilaku yang ada.

#### DAFTAR REFRENSI

- Bernes, L. (2008). *World wide web foundation*. Retrieved Maret 14, 2013, from <http://www.webfoundation.org/about/sir-tim-berners-lee/>
- Hawkins, Best, & Coney. (2001). *Consumer behavior: building marketing Strategy* (8th Ed.). New York: The McGraw-Hill Companies.
- Kuncoro, M. (2003). *Metode riset untuk bisnis & ekonomi*. Jakarta : Erlangga.
- Peter, P.J & Olson, J.C. (2008). *Consumer behaviour: perilaku konsumen dan strategi pemasaran* (2nd ed.). (Damos Sihombing. Trans.) Jakarta: Erlangga.
- Priceline acquires asian online hotel reservation service agoda*. (2007, November). Retrieved March 14, 2013, from [http://www.domain-b.com/industry/Tourism/20071112\\_acquires.html](http://www.domain-b.com/industry/Tourism/20071112_acquires.html)
- Schiffman, L.G. & Kanuk L.L. (2004). *Consumer behaviour*. New Jersey: Prentice Hall, Inc.
- Sugiyono. (2007). *Metode penelitian pendidikan*. Bandung: Alfabeta.
- Supranto, J. (2000). *Statistik: teori dan aplikasi* (ed.6). Jakarta: Erlangga.
- Tjiptono, F. & Santoso, S. (2001). *Riset pemasaran : konsep dan aplikasi dengan SPSS*. Jakarta: Elex Media Komputindo.
- Wikipedia ensiklopedia bebas*. (2013). Internet. Retrieved March 14, 2013, from <http://id.wikipedia.org/wiki/Internet>.