



Faktor-Faktor yang Mempengaruhi Preferensi Gen Z dalam Pemilihan Akomodasi Hotel

Suesilowati^{*1}, Ratih Dwi Astuti¹, Yola Yolanda Sukmawati¹

¹ Universitas Pertiwi, Indonesia

✉ 20420001@pertiwi.ac.id*

Abstract

The tourism industry in Indonesia continues to experience significant developments from year to year. This can be seen from the growth of various types of tourism accommodation such as hotels, resorts and others. The preference of Gen Z and previous preferences differ due to their unique characteristics, such as attachment to technology, environmental awareness and tend to pay more attention to experience in traveling. The purpose of this study is to find out what factors influence Gen Z preferences in the selection of hotel accommodation. This research is included in quantitative research with a descriptive research approach. The data sources used are primary data and secondary data. Sampling technique using the accidental sampling method. Data measurement techniques use the likert scale. Obtained results from this study show that the five indicators include price, quality of product, quality of service, brand and tangible produce agreed value. This became an aspect that Gen Z considered in the selection of hotel accommodation.

Keyword: Tourism Industry, Hotel Accommodation, Environmental Awareness

ARTICLE INFO

Article history:

Received

June 20, 2024

Revised

August 18,
2024

Accepted

August 31, 2024

Published by
ISSN

CV. Creative Tugu Pena
2774-7077

Website

<https://attractivejournal.com/index.php/bce/>

This is an open access article under the CC BY SA license

<https://creativecommons.org/licenses/by-sa/4.0/>



PENDAHULUAN

Industri pariwisata di Indonesia terus mengalami perkembangan yang signifikan dari tahun ke tahun. Hal ini dapat dilihat dari tumbuhnya berbagai jenis akomodasi pariwisata seperti hotel, resort dan lainnya. Hal ini meningkatnya jumlah kunjungan wisatawan, baik domestik maupun mancanegara. Menurut data Badan Pusat Statistik (BPS) jumlah kunjungan wisatawan mancanegara ke Indonesia pada tahun 2023 mencapai 1,14 juta kunjungan, meningkat 98,30% dari jumlah kunjungan pada tahun 2022 yang hanya mencapai 5,80 juta kunjungan. Selain itu, jumlah wisatawan nasional pada tahun 2023 mencapai 7,52 juta kunjungan, meningkat 112,26% dibandingkan tahun 2022 yang hanya mencapai 3.54 juta kunjungan (BPS, 2023).

Berdasarkan hasil sensus penduduk 2020 yang dirilis Badan Pusat Statistik (BPS) bahwa komposisi penduduk menurut generasi diklasifikasikan menjadi beberapa generasi. Generasi tersebut diantaranya Pre-Boomer, Baby Boomer, Gen X, Milenial, Gen Z dan Post Gen Z. Hasil sensus penduduk tahun 2020 menyatakan bahwa Gen Z mendominasi jumlah sekitar 74,93 juta jiwa atau 27,94% populasi nasional dari total penduduk sebanyak 270,2 juta jiwa. Penyebaran Gen Z di DKI Jakarta berada di peringkat ke-6 terbanyak di Indonesia dengan jumlah 2.68 juta jiwa (BPS, 2020). Berdasarkan data yang dikeluarkan oleh BPS 2020 bahwa secara khusus, wilayah Jakarta Timur merupakan salah satu wilayah dengan pertumbuhan penduduk gen Z terbesar dari populasi gen Z di

DKI Jakarta. Keberadaan populasi Gen Z yang besar di wilayah Jakarta Timur menjadi alasan penting untuk melakukan penelitian terkait faktor-faktor preferensi Gen Z pada pemilihan akomodasi hotel. Preferensi Gen Z dan preferensi sebelumnya berbeda karena karakteristik mereka yang unik, seperti keterikatan dengan teknologi, kesadaran lingkungan serta cenderung lebih memperhatikan pengalaman dalam berwisata. Berdasarkan penelitian terdahulu yang dilakukan oleh (Yusrin LS dan Agustinus NAH, 2020) memaparkan faktor yang mempengaruhi konsumen dalam memilih hotel adalah harga, kenyamanan dan fasilitas. Menurut hasil penelitian (Yandra R dkk, 2021) yang dilakukan di D'Merlion Batam Hotel, bahwa kualitas pelayanan, kepercayaan dan fasilitas menjadi faktor yang mempengaruhi konsumen terhadap keputusan pemilihan hotel. Sehubungan dengan hal tersebut, penelitian ini bertujuan untuk mengetahui faktor-faktor apa saja yang mempengaruhi preferensi generasi Z dalam pemilihan akomodasi hotel, khususnya di wilayah Jakarta Timur.

METODE

Jenis Penelitian

Penelitian ini menggunakan pendekatan penelitian deskriptif kuantitatif. Penelitian deskriptif kuantitatif yaitu meneliti, mendeskripsikan dan menjelaskan suatu fenomena dan menarik kesimpulan dari fenomena yang dapat diamati dengan menggunakan angka. Sumber data yang digunakan dalam penelitian ini yaitu data primer dan data sekunder. Data primer yang dikumpulkan dengan membagikan kuesioner pada obyek penelitian. Data sekunder dari penelitian ini diperoleh dari jurnal, skripsi, artikel, dan media lainnya yang berhubungan dengan penelitian.

Populasi dan Sampel

Populasi yang diteliti pada penelitian ini adalah seluruh gen Z yang berada di wilayah Jakarta Timur berdasarkan usia, jenis kelamin, pendidikan, pekerjaan dan domisili. Sedangkan sampel dalam penelitian ini adalah Gen Z (rentang usia 17-27 tahun) yang bertempat tinggal atau berada di wilayah Jakarta Timur sebanyak 70 orang responden.

Teknik Pengambilan Sampel

Teknik pengambilan sampel pada penelitian ini menggunakan metode *Accidental Sampling*, yaitu teknik penentuan sampel secara kebetulan bertemu dengan peneliti bisa digunakan sebagai sampel, dengan pertimbangan apabila sampel yang kebetulan ditemui itu cocok dengan sumber data yang dibutuhkan.

Teknik Analisis Data

Teknik analisis data penelitian ini dilakukan dengan analisis deskriptif kuantitatif, dilakukan dengan mengelompokkan suatu data variabel berdasarkan kelompoknya masing-masing dari semula belum teratur dan mudah diinterpretasikan secara informatif.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Tanggapan Responden terhadap Variabel Price

Hasil rekapitulasi berdasarkan responden terhadap variabel *price* di sajikan dalam tabel berikut :

Tabel 1: Tanggapan Reponden terhadap variabel Price

PRICE						Mean
NO	PERNYATAAN	SS	S	TS	STS	
1	Memilih hotel yang menawarkan harga khusus atau diskon pada waktu tertentu	41 58,57%	28 40%	1 1,43%	0 0%	3,57
2	Memilih hotel dengan harga yang lebih terjangkau	42 60%	27 38,57%	1 1,43%	0 0%	3,59

3	Harga hotel mencerminkan manfaat yang didapat selama menginap	32 45,71%	36 51,43%	2 2,86%	0 0%	3,43
4	Hotel yang menawarkan harga sesuai dengan fasilitas yang diberikan	37 52,86%	33 47,14%	0 0%	0 0%	3,53
Rata - rata						3,53

Sumber: data yang diolah (2024)

Berdasarkan tabel diatas dapat di perhatikan bahwa hasil rekapitulasi untuk variabel *price* dari 70 orang responden memperoleh nilai rata-rata pada angka 3,53 atau hasil tersebut dalam kategori setuju.

Tanggapan Responden terhadap Variabel Quality of Product

Hasil rekapitulasi berdasarkan responden terhadap variabel *quality of product* di sajikan dalam tabel berikut :

**Tabel
2: Tanggapan Reponden terhadap variabel Quality of Product**

QUALITY OF PRODUCT						Mean
NO	PERNYATAAN	SS	S	TS	STS	
5	Kualitas kamar hotel mengenai fasilitas modern sangat penting dalam memilih hotel	31 44,29%	34 48,57%	3 4,29%	2 2,86%	3,34
6	Kualitas kamar hotel mengenai kebersihan sangat penting dalam memilih hotel	43 61,43%	27 38,57%	0 0%	0 0%	3,61
7	Kualitas kamar hotel mengenai desain interior sangat penting dalam memilih hotel	26 37,14%	36 51,43%	8 11,43%	0 0%	3,26
8	Restauran hotel menyediakan makanan yang inovatif	35 50%	35 48,57%	1 1,43%	0 0%	3,49
9	Hotel yang menyediakan fasilitas ruang kreatif atau studio seni dalam menciptakan pengalaman menginap	29 41,43%	34 48,57%	6 8,57%	1 1,43%	3,30
10	Hotel yang menyediakan meeting room dengan desain modern	30 42,86%	31 44,29%	8 11,43%	1 1,43%	3,29
Rata-rata						3,38

Sumber: data yang diolah (2024)

Berdasarkan tabel diatas dapat di perhatikan bahwa hasil rekapitulasi untuk variabel *quality of product* dari 70 orang responden memperoleh nilai rata-rata pada angka 3,38 atau hasil tersebut dalam kategori setuju.

Tanggapan Responden terhadap Variabel Quality of Service

Hasil rekapitulasi berdasarkan responden terhadap variabel *quality of service* di sajikan dalam tabel berikut :

Tabel 3: Tanggapan Reponden terhadap variabel Quality of Service

QUALITY OF SERVICE						Mean
N O	PERNYATAAN	SS	S	TS	STS	

11	Karyawan hotel yang tanggap terhadap permintaan konsumen	47 67,14%	23 32,86 %	0 0,00%	0 0%	3,67
12	Pelayanan yang sopan dari karyawan hotel terhadap konsumen	39 55,71%	31 44,29 %	0 0,00%	0 0,00 %	3,56
13	Kerapihan penampilan karyawan hotel	31 44,29%	36 51,43 %	3 4,29%	0 0,00 %	3,40
14	Dalam proses check-in/check-out yang memudahkan konsumen	38 54,29%	32 45,71 %	0 0,00%	0 0,00 %	3,54
Rata-rata						3,54

Sumber: data yang diolah (2024)

Berdasarkan tabel diatas dapat di perhatikan bahwa hasil rekapitulasi untuk variabel *quality of service* dari 70 orang responden memperoleh nilai rata-rata pada angka 3,54 atau hasil tersebut dalam kategori setuju.

Tanggapan Responden terhadap Variabel Brand

Hasil rekapitulasi berdasarkan responden terhadap variabel *brand* di sajikan dalam tabel berikut :

Tabel 4: Tanggapan Reponden terhadap variabel Brand

BRAND						Mean
NO	PERNYATAAN	SS	S	TS	STS	
15	Memilih brand hotel yang sudah dikenal	29 41,43%	33 47,14%	8 11,43%	0 0,00%	3,30
16	Memilih brand hotel dengan pelayanan yang baik	33 47,14%	37 52,86%	0 0,00%	0 0,00%	3,47
17	Memilih hotel yang menawarkan fitur unik yang membedakan dari brand lain	25 35,71%	38 54,29%	6 8,57%	1 1,43%	3,24
18	Program rewards dari brand hotel mempengaruhi dalam memilih hotel	30 42,86%	34 48,57%	5 7,14%	1 1,43%	3,33
19	Memilih hotel dari brand yang memiliki tingkat bintang yang lebih tinggi	38 54,29%	31 44,29%	1 1,43%	0 0,00%	3,53
Rata-rata						3,37

Sumber: data yang diolah (2024)

Berdasarkan tabel diatas dapat di perhatikan bahwa hasil rekapitulasi untuk variabel *brand* dari 70 orang responden memperoleh nilai rata-rata pada angka 3,37 atau hasil tersebut dalam kategori setuju.

Tanggapan Responden terhadap Variabel Tangible

Hasil rekapitulasi berdasarkan responden terhadap variabel *tangible* di sajikan dalam tabel berikut :

Tabel 6: Tanggapan Reponden terhadap variabel *Tangible*

TANGIBLE						Mean
No	PERNYATAAN	SS	S	TS	STS	
20	Penampilan desain eksterior hotel mempengaruhi dalam memilih hotel	31 44,29%	36 51,43%	3 4,29%	0 0,00%	3,40
21	Kondisi sarana fasilitas swimming pool mempengaruhi dalam memilih hotel	33 47,14%	33 47,14%	4 5,71%	0 0,00%	3,41
22	Kondisi sarana fasilitas SPA mempengaruhi dalam memilih hotel	23 32,86%	35 50%	12 17,14%	0 0,00%	3,16
23	Kondisi sarana fasilitas GYM mempengaruhi dalam memilih hotel	21 30%	34 48,57%	14 20,00%	0 1,43%	3,07
24	Kualitas dan kecepatan koneksi wifi yang tersedia pada fasilitas hotel	33 47,14%	36 51,43%	1 1,43%	0 0,00%	3,46
25	Profesional (Kecakapan) karyawan hotel sebagai pelayanan yang diberikan bagi konsumen	45 64,29%	25 35,71%	0 0,00%	0 0,00%	3,64
Rata-rata						3,36

Sumber: data yang diolah (2024)

Berdasarkan tabel diatas dapat di perhatikan bahwa hasil rekapitulasi untuk variabel *tangible* dari 70 orang responden memperoleh nilai rata-rata pada angka 3,36 atau hasil tersebut dalam kategori setuju.

1. Variabel *price*, memperoleh nilai nilai rata-rata 3,53 yang menunjukkan angka positif atau dapat disimpulkan angka tersebut berada pada kategori setuju. Dengan penekanan pada penawaran khusus, harga yang terjangkau dan manfaat yang sesuai dengan harga yang dibayarkan, artinya harga merupakan faktor yang penting bagi Gen Z dalam pemilihan akomodasi hotel.

Hal ini sesuai dengan penelitian terlebih dahulu oleh (Yusrin LS dan Agustinus NAH, 2020) memaparkan faktor yang mempengaruhi konsumen dalam memilih hotel adalah harga.

2. Variabel *quality of product*, memperoleh nilai nilai rata-rata 3,38 yang menunjukkan angka positif atau dapat disimpulkan angka tersebut berada pada kategori setuju. Bermakna bahwa sebagian besar menyetujui *quality of product* mempengaruhi dalam pemilihan akomodasi hotel, hal ini menunjukkan bahwa suatu hotel yang mampu menjaga dan meningkatkan *quality of product* lebih mungkin dipilih oleh Gen Z sebagai tempat akomodasi.

Penelitian ini sejalan dengan penelitian (Mohammad YD, 2021) dimana variabel kualitas produk berpengaruh signifikan terhadap keputusan konsumen dalam memilih hotel.

3. Variabel *quality of service*, mendapatkan nilai rata-rata 3,54 angka ini menunjukkan nilai positif atau dapat disimpulkan angka tersebut berada pada kategori setuju. Hal ini menunjukkan pentingnya menjaga standar kualitas pelayanan dan meningkatkan kepuasan konsumen yang bertujuan menarik preferensi Gen Z dalam pemilihan akomodasi hotel.

Hal ini senada dengan penelitian tedahulu (Dame AS dan Hellen, 2021) bahwa kualitas pelayanan berperan penting sebagai pendorong dalam meningkatkan

kepuasan konsumen yang mengarah pada loyalitas konsumen juga keuntungan bagi hotel.

4. Variabel *brand*, mendapatkan nilai rata-rata 3,37 angka ini menunjukkan nilai positif atau dapat disimpulkan angka tersebut berada pada kategori setuju. Preferensi ini menunjukkan bahwa bagi setiap hotel dalam membangun, menjaga reputasi brand serta menawarkan layanan dan program yang bertujuan menarik perhatian dan loyalitas Gen Z.

Hasil penelitian ini seirama dengan penelitian terdahulu (Nefrita A, 2022) bahwa *brand* hotel berpengaruh positif terhadap minat beli, bermakna semakin tinggi *brand* maka akan semakin tinggi pula minat beli konsumen.

5. Variabel *tangible*, mendapatkan nilai rata-rata 3,36 yang menunjukkan angka positif atau dapat disimpulkan angka tersebut berada pada kategori setuju. Mempertahankan dan meningkatkan kualitas *tangible* yang bertujuan memenuhi ekspektasi responden serta memastikan semua fasilitas dan layanan yang ditawarkan berkualitas sesuai dengan preferensi generasi ini.

Hasil penelitian ini sejalan dengan penelitian yang dilakukan oleh (Bella AR, 2022) bahwa *tangible* berpengaruh positif signifikan terhadap kepuasan konsumen, yang bermakna semakin baik aspek *tangible* maka akan mempengaruhi preferensi dari konsumen.

KESIMPULAN

Berdasarkan hasil penelitian ini di peroleh nilai rata-rata berada pada angka 3,5 terhadap lima variabel yaitu *price*, *quality of product*, *quality of service*, *brand* dan *tangibles* yang telah ditentukan menunjukkan bahwa menghasilkan nilai setuju, mengindikasikan ke lima variabel ini menjadi aspek yang dipertimbangkan oleh Gen Z dalam pemilihan akomodasi hotel. Hasil dari penelitian ini diharapkan menjadikan perhatian bagi para pengelola akomodasi mengenai preferensi gen Z dalam memilih akomodasi hotel. Serta, penelitian selanjutnya dapat bisa menemukan faktor-faktor lain yang belum diteliti dalam penelitian ini, guna mendapatkan pemahaman lebih mendalam mengenai preferensi gen Z dalam konteks akomodasi hotel.

REFERENCES

- Wilson, J. (2022). Strategi Pengembangan Minat Kunjungan Wisatawan Lokal Dan International Pada Homestay Di Kabupaten Tanah Karo. *Jurnal Ilmiah Akomodasi Agung*, 9(1), pp.48-67.
- Syafri, Y. and Wulandari, D.P. (2023). Pengaruh Service Performance terhadap Repurchase Intention di The Axana Hotel Padang. *Jurnal Manajemen Perhotelan dan Pariwisata*, 6(2), pp.662-669.
- Yudian, R.A. and Dewi, L. (2022). Sarana Akomodasi Sebagai Penunjang Industri Pariwisata Di Kota Tidore Kepulauan. *Jurnal Cakrawala Ilmiah*, 2(4), pp.1301-1312.
- Supraptini, N. (2020). Pengaruh Fasilitas, Transportasi Dan Akomodasi Terhadap Kepuasan Wisatawan Pariwisata Di Kabupaten Semarang. *BISECER (Business Economic Entrepreneurship)*, 3(2), pp.56-67.
- Krestanto, H. (2019). Strategi Dan Usaha Reservasi Untuk Meningkatkan Tingkat Hunian Di Grand Orchid Hotel Yogyakarta. *Media Wisata*, 17(1).
- Lubis, H.K., Silalahi, P.R. and Tambunan, K. (2021). Analisis faktor preferensi konsumen dalam pengambilan keputusan pemilihan hotel syariah di kota medan. *Jurnal Ilmu Komputer, Ekonomi Dan Manajemen (JIKEM)*, 1(1), pp.129-138.
- Saldinsih, O. and Rochanawati, I. (2023). Tinjauan tentang efisiensi bahan olahan di dapur hotel dafam fortuna seturan yogyakarta. *Jurnal Pariwisata Bunda*, 4(1), pp.27-31.

- Insani, Y. D., & Setiyariski, R. (2020). Meningkatkan Kualitas Pelayanan Front Office Department Melalui Tugas dan Tanggung Jawab Concierge Pada Hotel Savoy Homann. *Jurnal Kajian Pariwisata*, 2(1).
- Lolowang, I.R. (2019). Pengaruh Persepsi Dan Preferensi Konsumen Terhadap Keputusan Pembelian Rumah Tipe Premium (Studi Pada Konsumen Kawanua Emerald City Akrland).
- Wahyuni, S. (2022). *Analisis faktor-faktor yang mempengaruhi preferensi masyarakat dalam menggunakan produk Bank Syariah (Studi Kasus: BSI KCP Praya)* (Doctoral dissertation, UIN Mataram).
- Amirullah, A., Zulkarnain, M. and Astuti, Y. (2020). Gaya hidup dan kelompok referensi terhadap keputusan pembelian Iphone. *Jurnal Ekonomi Perjuangan*, 2(1), pp.1-11.
- Kurniasari, R. (2018). Pemberian motivasi serta dampaknya terhadap kinerja karyawan pada perusahaan telekomunikasi Jakarta. *Widya Cipta: Jurnal Sekretari Dan Manajemen*, 2(1), pp.32-39.
- Wahyudi, N.A. (2019). Analisis Faktor Faktor Preferensi Konsumen Dalam Keputusan Pembelian Booth Boca. *Jurnal Performa: Jurnal Manajemen dan Start-up Bisnis*, 4(5), pp.746-755.
- Kristianto, D.A. and Kiswanto, A. (2021). Analisis Loyalitas Pelanggan Hotel Syariah Di Daerah Istimewa Yogyakarta. *Kepariwisata: Jurnal Ilmiah*, 13(3), pp.9-22.
- Rohwiyati, R. and Sulistya, S. (2021). Pengaruh Kualitas Produk, Harga Dan Promosi Terhadap Keputusan Pembelian Pada Marketplace Shopee (Studi Kasus Pada Masyarakat Solo Raya Tahun 2022). *Jurnal Akuntansi Dan Manajemen Mutiara Madani*, 9(2), pp.158-169.
- Saipuloh, Y. and Surono, S. (2023). Pengaruh Kualitas Pelayanan, Persepsi Harga dan Kualitas Produk terhadap Kepuasan Pelanggan untuk Meningkatkan Loyalitas Pelanggan di Hotel The Westin Jakarta. *ULIL ALBAB: Jurnal Ilmiah Multidisiplin*, 2(9), pp.4441-4455.
- Muhammad, M. (2023). *Pengaruh Kualitas Produk Dan Lokasi Terhadap Kepuasan Konsumen Melalui Minat Beli Sebagai Variabel Intervening Pada Toko Cantika Panji Situbondo* (Doctoral dissertation, Universitas Abdurachman Saleh Situbondo).
- Ika Devi Widyaningrum, D., & Effendi, S. (2021). Pengaruh Kualitas Pelayanan dan Fasilitas Terhadap Kepuasan dan Loyalitas Pelanggan Hotel Luminor Mangga Besar Jakarta Barat. *Pengaruh Kualitas Pelayanan dan Fasilitas Terhadap Kepuasan dan Loyalitas Pelanggan Hotel Luminor Mangga Besar Jakarta Barat*.
- Kharisma, D., Simatupang, S. and Hutagalung, H. (2023). Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Konsumen Pada UD. Restu Mulia Pandan. *Jurnal Manajemen Dan Akuntansi Medan*, 5(1), pp.32-42.
- Jasmalinda, J. (2021). Pengaruh Tangibles, Reliability, Responsiveness, Assurance Dan Empathy Terhadap Kepuasan Masyarakat Di Dinas Koperindag Mentawai. *Jurnal Inovasi Penelitian*, 1(10), pp.2157-2164.
- Irma, A. (2020). *Pengaruh Tangible Dan Responsiveness Terhadap Kepuasan Pelanggan Pada Garuda Plaza Hotel Medan* (Doctoral dissertation, Universitas Negeri Medan).
- Saipuloh, Y. and Surono, S. (2023). Pengaruh Kualitas Pelayanan, Persepsi Harga dan Kualitas Produk terhadap Kepuasan Pelanggan untuk Meningkatkan Loyalitas Pelanggan di Hotel The Westin Jakarta. *ULIL ALBAB: Jurnal Ilmiah Multidisiplin*, 2(9), pp.4441-4455.
- Anggy Giri Prawiyogi, T.L. (2021). Penggunaan Media Big Book untuk Menumbuhkan Minat Baca Siswa di Sekolah Dasar. *Jurnal Basicedu*, 5.
- Gondokusumo, M., Dewi, Y.K. and SE, M. (2023). Pengaruh Hotel Image, Service Quality, Dan Perceived Value Terhadap Customer Satisfaction Hotel Bintang 5 Di Surabaya Pada Masa Pandemi Covid-19. *Jurnal Performa: Jurnal Manajemen dan Start-up Bisnis*, 8(1), pp.102-114

- Dedy, A. and Alfandi, Y. (2022). Pengaruh kualitas pelayanan dan fasilitas hotel terhadap kepuasan pelanggan di sari ater hot springs resort ciater. *Jurnal Sains Manajemen*, 4(1), pp.18-25.
- Daengs, A., Istanti, E. and Kristiawati, I. (2022). Peran Timelimes Dalam Meningkatkan Customer Satisfaction, Customer Loyalty Pt. Jne. *Jurnal Baruna Horizon*, 5(1), pp.1-7.
- Badan Pusat Statistik. (2020). Hasil Sensus Penduduk 2020. Berita Resmi Statistik No. 7/01/Th. XXIV, 21 Januari 2021. <https://webapi.bps.go.id> diakses pada tanggal 25 Juni 2024
- Badan Pusat Statistik. (2024). Kunjungan wisatawan mancanegara pada Desember 2023 mencapai 1,14 juta kunjungan, naik 20,17 persen (year-on-year). <https://www.bps.go.id/id/pressrelease/2024/02/01/2347/kunjunganwisatawan-mancanegara-pada-desember-2023-mencapai-1-14-juta-kunjungan--naik-20-17-persen--year-on-year--.html> di akses pada tanggal 22 Juli 2024
- Badan Pusat Statistik Provinsi DKI JAKARTA. (2022). Jumlah Penduduk Hasil Sensus Penduduk 2020 Menurut Generasi dan Kabupaten/Kota di Provinsi DKI Jakarta. <https://jakarta.bps.go.id/statictable/2022/07/20/504/jumlah-penduduk-hasil-sensus-penduduk-2020-menurut-generasi-dan-kabupaten-kota-di-provinsi-dki-jakarta.html> di akses pada tanggal 22 Juli 2024
- Dalimunthe, M. Y. (2022). Pengaruh kualitas produk, harga dan service quality terhadap keputusan tamu memilih menginap di le polonia hotel. *Jurnal creative agung*, 12(2), 127-139.
- Sihombing, D. A., & Hellen, H. (2021). Faktor Yang Mempengaruhi Kepuasan Pelanggan Menginap di Chain Hotel. *Khasanah Ilmu-Jurnal Pariwisata Dan Budaya*, 12(1), 22-29.
- Angraini, N. (2022). *Pengaruh Brand Hotel, Fasilitas Hotel dan Strategi Promosi Terhadap Minat Beli Konsumen di DoubleTree By Hilton Surabaya di Era Pandemi* (Doctoral dissertation, STIE Mahardhika Surabaya).
- Bella Ahiri Ramadani, B. A. R. (2022). *Pengaruh Tangible Dan Reliability Jasa Hotel Terhadap Tingkat Kepuasan Konsumen Di Rumah Kito Resort Hotel Jambi* (Doctoral dissertation, Universitas Batanghari).
- Koranti, K., Sriyanto, S., & Lestiyono, S. (2018). Analisis Preferensi Wisatawan Terhadap Sarana Di Wisata Taman Wisata Kopeng. *Jurnal Ilmiah Ekonomi Bisnis*, 22(3).

Copyright Holder:

© Suesilowati et al., (2024)

First Publication Right :

© Bulletin of Community Engagement

This article is under:

CC BY SA