

## Preferensi wisatawan terhadap pemilihan akomodasi di kabupaten bangli bali

Ni Wayan Siska Agustini<sup>1)</sup>, I Gusti Ngurah Widyatmaja<sup>2)</sup>, Drs. I Nyoman Jamin Ariana<sup>3)</sup>  
Diploma IV Pariwisata, Fakultas Pariwisata, Universitas Udayana  
Jl. DR.R. Goris No. 7, Denpasar, 80232  
Email: siska.agustini21@gmail.com

### Abstrak

Preferensi wisatawan membantu dalam menciptakan produk baru sesuai dengan jenis akomodasi yang diinginkan oleh wisatawan selama berwisata ke suatu daerah. Tujuan dari penelitian ini yaitu untuk mengetahui preferensi wisatawan terhadap pemilihan akomodasi di Kabupaten Bangli. Teknik penentuan sampel yang digunakan yaitu *accidental sampling* dengan jumlah sampel yang digunakan sebanyak 200 wisatawan yang terdiri dari 100 wisatawan nusantara dan 100 wisatawan mancanegara. Teknik analisis data yang digunakan adalah teknik analisis kuantitatif dengan menggunakan analisis konjoin. Dalam penelitian ini menggunakan 7 (tujuh) atribut yaitu lokasi, fasilitas, kualitas pelayanan, harga, reputasi, promosi dan loyalty program. Berdasarkan hasil perhitungan analisis menggunakan SPSS versi 23 yaitu wisatawan nusantara lebih menyukai akomodasi dengan harga diantara Rp. 200.000 – Rp. 600.000 yang lokasinya terletak dekat dengan daya tarik wisata dengan fasilitas berupa villa, reputasi yang dinilai oleh wisatawan yaitu *rating* situs *online* dari akomodasi yang bersangkutan, promosi yang dilakukan melalui media sosial, memiliki loyalty program berupa adanya promo pada hari-hari tertentu dengan kualitas pelayanan yang mengutamakan keramah tamahan. Kemudian untuk wisatawan mancanegara lebih menyukai atau mempertimbangkan akomodasi yang letaknya dekat dengan daya tarik wisata dengan harga diantara Rp. 200.000 – Rp. 600.000 dimana wisatawan mancanegara lebih menyukai fasilitas akomodasi villa, reputasi yang dinilai yaitu melalui *rating* situs *online* dari akomodasi yang bersangkutan, melakukan promosi melalui media sosial, memiliki loyalty program berupa pemberian promo pada hari-hari tertentu dan wisatawan mancanegara juga lebih menyukai akomodasi yang mengutamakan keramah tamahan.

**Kata kunci** : Preferensi, wisatawan, dan akomodasi.

### Abstract

*Preference of the tourist will help to create a new product according to the type of accommodation desired and needed by the tourists during travel to the tourism destination. The purpose of the research was to know the tourist preference in choosing accommodation in Bangli Regency. The techniques of sample used accidental sampling of used 200 respondents consisting of 100 domestic tourist and 100 foreign tourists. Analysis technique data in this research used technique quantitative analysis of used conjoint analysis. In this research used 7 (seven) attribute or factor such as location, facilities, quality of service, price, reputation, promotion and loyalty program. Based on the calculation on analysis used SPSS version 23 was domestic tourist prefer accommodation who provide prices between Rp. 200.000 – Rp. 600.000, located around the tourism destination with a facility such as villas, the reputation is assessed the rating of online sites of the accommodation concerned, promotions made through social media and has a loyalty program who give a promo on certain days with the quality of service that prioritizes hospitality. Then for foreign tourists prefer or consider the accommodation that located around the tourism destination with prices between Rp. 200,000 - Rp. 600.000 has facilities such as villas, the reputation is assessed the rating of online sites of the accommodation concerned, promotions made through social media and has a loyalty program who give a promo on certain days with the quality of service that prioritizes hospitality.*

**Key Words** : Preference, tourist, and accommodation

## 1. PENDAHULUAN

Perkembangan dunia pariwisata sangat mempengaruhi perkembangan sarana pariwisata di Bali. Seiring berjalannya waktu, semakin banyak pembangunan akomodasi serta restoran di daerah-daerah yang pariwisatanya sudah maju. Namun tidak dapat dipungkiri pula bahwa di Bali khususnya sudah mulai mengembangkan pariwisata ke daerah pedesaan. Sehingga pembangunan akomodasi dan restoran sekarang ini tidak hanya terjadi di daerah yang pariwisatanya sudah maju seperti di kota-kota namun banyak pula pembangunan sarana pariwisata di daerah pedesaan. Berbagai macam jenis akomodasi seperti hotel, resort, villa serta restoran atau rumah makan sudah banyak dibangun di Bali. Akomodasi dan restoran di Bali sudah tersebar di seluruh daerah yang ada di Bali. Bali memiliki 9 (Sembilan) kabupaten dan 1 (satu) kota yang memiliki daya tarik wisata berbeda-beda setiap kabupaten. Salah satu kabupaten yang ada di Bali yang memiliki keunikan tersendiri yakni Kabupaten Bangli. Daya tarik wisata yang ada di Kabupaten Bangli yang memiliki keunikan yaitu Desa Trunyan. Desa ini memiliki keunikan budaya dimana dalam penguburan mayat masyarakat Desa Trunyan yang sudah meninggal hanya diletakkan di atas tanah tanpa dikubur dan hanya dipagari bambu saja. Selain itu, terdapat pula desa wisata yaitu desa adat Penglipuran. Desa ini memiliki keunikan bangunan rumah yang masih mempertahankan rumah tradisional dengan pintu gerbang atau *angkul-angkul* yang sama antara rumah yang satu dengan rumah yang lainnya.

Kabupaten Bangli merupakan satu-satunya kabupaten di Bali yang tidak memiliki pantai, namun memiliki gunung dan danau terluas di Bali. Kabupaten Bangli memiliki berbagai macam daya tarik wisata seperti wisata alam, budaya, dan *agrotourism*. Perbaikan-perbaikan terus dilakukan oleh pemerintah daerah guna meningkatkan jumlah kunjungan wisatawan ke Kabupaten Bangli. Peningkatan jumlah kunjungan wisatawan nantinya akan memberikan citra atau pandangan yang baik bahwa pariwisata di Kabupaten Bangli masih diminati. Namun jika terjadi penurunan menandakan bahwa pariwisata di Kabupaten Bangli masih perlu dibenahi baik itu infrastruktur, tatanan produk pariwisata maupun fasilitas pariwisata.

Pembangunan akomodasi tidak terlepas dari perkembangan pariwisata yang kian meningkat. Akomodasi sangat dibutuhkan oleh wisatawan yang berkunjung ke suatu tempat tidak hanya untuk melepas lelah namun juga menikmati fasilitas yang ada di akomodasi tersebut. Akomodasi yang terdapat di Kabupaten Bangli diantaranya yaitu hotel, villa, homestay, bungalow, cottages dan resort. Namun sayangnya di Kabupaten Bangli tidak terdapat hotel berbintang seperti pada kabupaten lain yang ada di Bali. Kabupaten Bangli memiliki 4 (empat) kecamatan diantaranya yaitu Kecamatan Kintamani, Kecamatan Bangli, Kecamatan Susut dan Kecamatan Tembuku. Adapun jumlah akomodasi di Kabupaten Bangli dapat dilihat pada Tabel 1 berikut.

**Tabel 1. Tabel Jumlah akomodasi yang ada di Kabupaten Bangli Tahun 2017**

No	Kecamatan	Jenis Akomodasi							Jumlah
		Villa	Hotel	Guest House	Home Stay	Bunga Lows	Hostel	Cottages	
1	Bangli	1	2	2	-	-	-	-	5
2	Kintamani	3	12	9	1	3	3	3	34
3	Susut	-	-	1	-	-	-	-	1
4	Tembuku	2	-	-	1	-	-	-	3
Total		6	14	12	2	3	3	3	43

Sumber : Hasil observasi (2017)

Jika dilihat dari Tabel 1, Kecamatan Kintamani merupakan kecamatan dengan jumlah akomodasi terbanyak yakni 34 akomodasi yang terbagi atas villa, hotel, guesthouse, homestay, bungalows, hostel dan cottages. Hal tersebut disebabkan karena Kecamatan Kintamani merupakan kecamatan yang paling banyak memiliki daerah tujuan wisata. Meskipun Kabupaten

Bangli tidak memiliki akomodasi berupa hotel berbintang, namun diharapkan mampu menyediakan akomodasi yang layak untuk wisatawan.

Dengan adanya sarana akomodasi di beberapa wilayah di Kabupaten Bangli diharapkan mampu menarik minat kunjungan wisatawan untuk berkunjung ke Kabupaten Bangli dengan tujuan untuk menginap di Kabupaten Bangli dan mampu memberikan pelayanan yang baik guna meningkatkan jumlah kunjungan serta jumlah hunian kamar di Kabupaten Bangli serta memberikan citra positif untuk akomodasi di Kabupaten Bangli.

Besarnya tingkat hunian kamar akan memberikan pandangan yang baik terhadap akomodasi yang ada di suatu daerah, dalam hal ini adalah Kabupaten Bangli. Semakin tinggi tingkat hunian kamar berarti semakin diminati akomodasi tersebut. Tingkat hunian kamar di Kabupaten Bangli dilihat dari jumlah wisatawan yang menginap di masing-masing akomodasi tentunya berbeda-beda. Berdasarkan atas observasi yang telah dilakukan sebelumnya dari 24 akomodasi yang ada di Kabupaten Bangli hanya 4 (empat) akomodasi yang memiliki data jumlah wisatawan yang menginap. Adapun 4 (empat) akomodasi tersebut yaitu The Ayu Villa Kintamani, Bali Sunrise Villa, Lakeview Hotel dan Puri Bening Lake Front Hotel. Adapun jumlah wisatawan yang menginap di 4 (empat) akomodasi tersebut dari bulan Januari 2017 sampai Juli 2017 dapat dilihat pada Tabel 2 berikut.

**Table 2 Tabel Jumlah wisatawan yang menginap di 4 (empat) akomodasi di Kabupaten Bangli dari Januari 2017 – Juli 2017**

No.	Bulan	Jumlah (orang)	Persentase Pertumbuhan (%)
1	Januari	361	-
2	Februari	317	(0,12)
3	Maret	200	(0,36)
4	April	339	0,69
5	Mei	348	0,02
6	Juni	490	0,40
7	Juli	507	0,34
	<b>Jumlah</b>	<b>2.562</b>	

Sumber : Hasil Observasi (2017)

Berdasarkan pada Tabel 2 diatas, dapat dilihat bahwa pertumbuhan jumlah wisatawan yang menginap di akomodasi Kabupaten Bangli mengalami pertumbuhan yang fluktuatif atau pertumbuhan yang tidak menentu. Dapat dilihat bahwa pada bulan januari sampai maret terjadi penurunan dan kenaikan terjadi pada bulan maret sampai juli. Hal tersebut dikarenakan pada bulan juni dan juli merupakan musim libur sekolah.

Tidak dapat dipungkiri pula, dengan banyaknya akomodasi yang ada di Kabupaten Bangli tentunya akan menimbulkan persaingan antara pemilik akomodasi yang satu dengan yang lainnya. Persaingan yang terjadi tidak hanya dari fasilitas yang dimiliki namun juga pada harga. Berbagai cara dilakukan untuk dapat menarik wisatawan untuk menginap, mulai dari melakukan pemasaran produk melalui website dan juga sosial media, serta memberikan harga promo pada hari-hari tertentu.

Melalui beberapa strategi pemasaran yang dilakukan tentunya akan menarik wisatawan untuk menginap pada sebuah sarana akomodasi. Keputusan seseorang untuk bepergian umumnya membutuhkan pertimbangan yang cermat, termasuk memutuskan dalam memilih sarana akomodasi (Sunaryo, 2005 dalam Yusrizal, 2007). Wisatawan yang berkunjung ke destinasi pariwisata dihadapkan pada sarana akomodasi yang ada seperti hotel, villa, *homestay*, *resort*, *bungalows*, *guesthouse*, dan *cottages*. Semakin banyaknya sarana akomodasi semakin bervariasi pula harga serta fasilitas yang dimiliki. Banyaknya pilihan yang ada akan

menimbulkan suatu keinginan atau kesukaan terhadap suatu benda atau produk serta jasa yang disebut dengan istilah preferensi. Menurut Assauri (2014:132) menyatakan bahwa preferensi seseorang berhubungan dengan perilaku konsumen atau pembeli dalam proses pemilihan produk yang akan dibeli, yang terdapat dalam proses pembelian. Proses pembelian tersebut perlu dipelajari untuk mengetahui mengapa seseorang memilih dan membeli serta lebih senang pada produk merk tertentu

Keinginan wisatawan akan suatu produk dan jasa berbeda antara wisatawan yang satu dengan wisatawan yang lainnya. Oleh karena itu sebuah sarana akomodasi harus mampu memenuhi keinginan dan kebutuhan dari wisatawan guna meningkatkan kepuasan wisatawan saat berkunjung. Sebelum menginap ke suatu tempat, wisatawan pada umumnya akan mempertimbangkan beberapa hal seperti harga, fasilitas, lokasi yang sesuai dengan keinginan wisatawan. Mengetahui keinginan wisatawan terhadap keputusan dalam memilih akomodasi sangatlah penting bagi pelaku industri pariwisata. Hal tersebut dapat memberikan keuntungan bagi pemilik akomodasi agar mempersiapkan atau memperhatikan jenis akomodasi seperti apa yang diinginkan oleh wisatawan. Mengetahui preferensi wisatawan juga sangat membantu dalam menciptakan produk baru sesuai dengan jenis akomodasi yang diinginkan dan dibutuhkan oleh wisatawan selama melakukan perjalanan wisata ke suatu daerah dalam hal ini adalah Kabupaten Bangli. Oleh karena itu perlu untuk mengetahui jenis akomodasi seperti apa yang diinginkan oleh wisatawan agar bisa memberikan citra atau pandangan yang baik terhadap amenitis yang ada di Kabupaten Bangli.

Telaah hasil penelitian yang dijadikan sebagai pembandingan yang memiliki persamaan dan perbedaan dengan penelitian ini yaitu penelitian dilakukan oleh Toule (2015) dengan penelitian yang berjudul “Preferensi Wisatawan Nusantara Terhadap Sarana Akomodasi Di Provinsi Bali”. Dalam penelitian ini menggunakan teknik analisis berupa analisis conjoin dengan melakukan survey responden sebanyak 96 orang. Teknik penentuan sampel yang digunakan yaitu *purposive sampling*. Hasil dari penelitian tersebut yaitu wisatawan nusantara lebih menyukai akomodasi yang berada dekat dengan keramaian yang belum pernah ia tinggali sebelumnya dan memiliki *amenities* kamar yang lengkap. Wisatawan lebih tertarik pada hotel yang memiliki reputasi terkenal, lebih mementingkan akomodasi yang dapat menawarkan *loyalty program*. Selain itu, lokasi menjadi atribut yang paling dipertimbangkan. Penelitian kedua yang berjudul “Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Keputusan Wisatawan Menginap di Villa Akasha Beach Estate Kerobokan Badung” yang teliti oleh Harikusumawan dan Mandala. Penelitian tersebut bertujuan untuk mengetahui faktor-faktor yang mempengaruhi keputusan menginap di Villa Akasha Beach Estate Kerobokan Badung. Penelitian tersebut menggunakan teknik analisis faktor dan menggunakan teknik pengambilan sampel *accidental sampling* dengan responden sebanyak 120 responden. Berdasarkan pada metode *principal component analysis* (PCA) menghasilkan 6 (enam) faktor yang mempengaruhi keputusan menginap di Villa Akasha Beach Estate Kerobokan Badung yaitu faktor sosial, hidangan dan pendidikan, produk, pelayanan, promosi dan lingkungan. Penelitian ketiga yang dilakukan oleh Dewi dan Nugroho (2014) yang berjudul “*Positioning Geopark Gunung Batur Sebagai Daya Tarik Ekowisata di Kintamani, Kabupaten Bangli* “. Penelitian tersebut berlokasi di Kintamani dengan menggunakan teknik analisis data berupa analisis deskriptif kualitatif. Metode pengambilan sampel dalam penelitian tersebut menggunakan metode *purposive sampling* dengan sampel sebanyak 35 wisatawan mancanegara yang berkunjung ke Desa Batur Tengah. Hasil dari penelitian tersebut adalah citra wisatawan terhadap *Geopark Gunung Batur* sangat baik. Namun citra wisatawan terhadap amenitas kurang baik, sedangkan citra wisatawan terhadap aksesibilitas dan masyarakat lokal adalah baik. Hal tersebut berarti wisatawan yang berkunjung ke Kintamani memiliki suatu citra yang baik terhadap *Geopark Gunung Batur* sebagai daya tarik wisata. Penelitian keempat yang dilakukan oleh Sulistiono (2010) yang berjudul “Pengaruh Kualitas Pelayanan, Fasilitas dan Lokasi Terhadap Keputusan Menginap Studi Pada Tamu Hotel Srandol Indah Semarang”.

Penelitian tersebut menggunakan analisis data regresi berganda dengan jumlah responden sebanyak 80 responden. Teknik pengambilan sampel yang digunakan yaitu *non probability sampling* yakni *accidental sampling*. Hasil dari penelitian tersebut yaitu berdasarkan pada uji T variabel kualitas pelayanan, fasilitas dan lokasi secara signifikan mempengaruhi keputusan menginap dan berdasarkan pada uji F menunjukkan bahwa variabel kualitas pelayanan, fasilitas dan lokasi berpengaruh sebesar 47,3 persen terhadap keputusan menginap, sedangkan 52,7 persen dipengaruhi oleh faktor-faktor lain yang tidak diteliti pada penelitian tersebut.

## 2. METODE PENELITIAN

Penelitian ini dilaksanakan di wilayah Kabupaten Bangli yang akan dilakukan di akomodasi yang ada di Kabupaten Bangli serta daya tarik wisata atau destinasi wisata yang sekiranya dikunjungi oleh wisatawan yang menginap di Kabupaten Bangli. Adapun atribut dan level atribut yang digunakan untuk menilai preferensi wisatawan dalam pemilihan akomodasi yaitu terdiri dari 7 (tujuh) atribut diantaranya yaitu lokasi (di sekitar kota, di pedesaan, dekat daya tarik wisata), fasilitas (villa, Pondok wisata, hotel), kualitas pelayanan (cepat, ramah), harga (Rp. 200.000 – Rp. 600.000, Rp. 600.001 – Rp. 1.000.000, > Rp. 1.000.000), reputasi (*rating* situs *online*, *guest comment*), promosi (media sosial/internet, web, *brochure*, *phamplet*), dan *loyalty* program (pemberian hadiah, pemberian promo). Jenis data yang digunakan dalam penelitian ini yaitu data kualitatif dan kuantitatif, sumber data primer dan skunder. Teknik pengumpulan data pada penelitian ini dilakukan dengan cara observasi, penyebaran kuesioner, dokumentasi dan studi kepustakaan. Dalam penelitian ini sampel yang digunakan yaitu wisatawan yang menginap di akomodasi yang ada di Kabupaten Bangli. Jumlah responden yang diperlukan berdasarkan analisis data yang digunakan dalam analisis *conjoin*, menurut Orme (2010) dirumuskan sebagai berikut :

$$\begin{aligned} \text{Jumlah responden} &= 3 \times \text{jumlah stimuli yang digunakan} \\ &= 3 \times (K - k + 1) \end{aligned}$$

Keterangan :

K adalah jumlah level atribut

k adalah jumlah atribut

Berdasarkan pada rumus di atas, maka jumlah responden yang digunakan ( $3 \times (17 - 7 + 1)$ ) yaitu sebanyak 33 responden. Menurut Hair (2010) menyarankan bahwa untuk penelitian menggunakan analisis *conjoin* minimal sampel yang digunakan sebanyak 50 sampel atau responden. Maka dalam penelitian ini jumlah responden yang didapatkan berdasarkan rumus yaitu 30 responden akan ditingkatkan menjadi 100 responden untuk wisatawan nusantara dan 100 responden untuk wisatawan mancanegara. Hal tersebut untuk meminimalisir terjadinya *sampling error* saat melakukan analisis *conjoin* serta untuk memenuhi syarat minimum penggunaan responden. Teknik penyebaran kuesioner pada penelitian ini menggunakan teknik teknik *accidental sampling*. *Accidental sampling* merupakan teknik penentuan sampel berdasarkan kebetulan/insidental bertemu dengan peneliti dapat digunakan sebagai sampel, bila dipandang orang yang kebetulan ditemui itu cocok sebagai sumber data (Sugiyono, 2014:126).

Penelitian ini menggunakan analisis data kuantitatif dengan menggunakan analisis *conjoin*. Menurut Ghozali (2013:377) *conjoin* adalah teknik multivariat yang khusus digunakan untuk memahami bagaimana responden menghembangkan preferensi terhadap suatu produk atau jasa. Sebagai bagian dari *multivariate dependen method*, analisis *conjoin* dapat diekspresikan dalam model sebagai berikut:

$$Y_1 = X_1 + X_2 + X_3 + \dots + X_n$$

(non metrik atau metrik)

(non Metrik)

Variabel independen (X) sering disebut dengan faktor atau atribut dan berupa data non metrik yang merupakan bagian dari atribut yang disebut level atribut. Variabel dependen (Y1) merupakan pendapat keseluruhan (*overall preference*) dari responden terhadap sekian level atribut pada sebuah produk atau jasa.

Malhotra (2006:365) menyatakan langkah-langkah melakukan analisis konjoin sebagai berikut :

1) Memformulasikan Masalah

Memformulasikan masalah adalah mengidentifikasi atribut dan tingkat atribut yang akan digunakan dalam mengkonstruksikan stimuli, atribut-atribut yang dipilih harus penting dalam mempengaruhi preferensi dan pilihan konsumen. Atribut yang telah diidentifikasi, maka selanjutnya harus ditentukan tingkat atribut sesuai dengan atribut. Atribut (faktor) yang digunakan dalam penelitian ini merupakan modifikasi dari beberapa atribut atau faktor yang berpengaruh dalam memilih akomodasi berdasarkan dari beberapa ahli. Taraf atau level merupakan pilihan yang harus dipilih oleh wisatawan sesuai dengan preferensi mereka. Adapun atribut serta taraf yang digunakan dapat dilihat pada Tabel 3 di bawah ini.

**Tabel 3. Tabel Faktor-Faktor atau Atribut Pemilihan Akomodasi**

No.	Atribut	Taraf/Level
1.	Lokasi	a. Di Sekitar Kota Akomodasi yang terletak dekat dengan kota dan berada di sekitaran kota. b. Di Pedesaan Akomodasi yang terletak di sekitar desa dan berada di sekiat pemukiman warga c. Dekat Daya Tarik Wisata Akomodasi yang terletak dekat dengan daya tarik wisata
2.	Fasilitas	a. Fasilitas Villa Kelengkapan fasilitas yang dimiliki oleh villa b. Fasilitas Pondok Wisata Kelengkapan fasilitas yang dimiliki oleh pondok wisata ( <i>homestay, guesthouse, bungalows, hostel, cottages</i> ). c. Fasilitas Hotel Kelengkapan fasilitas yang dimiliki oleh hotel
3.	Kualitas Pelayanan	a. Cepat Staff akomodasi memberikan pelayanan yang cepat dan tanggap namun sedikit memiliki sikap keramah-tamahan b. Ramah Staff akomodasi memberikan pelayanan yang ramah namun sedikit lambat
4.	Harga	a. Rp. 200.000 – Rp. 600.000 b. Rp. 600.001 – Rp. 1.000.000 c. > Rp. 1.000.000

5.	Reputasi	<p>a. Rating situs online Penilaian yang diberikan oleh situs online seperti tripadvisor dll.</p> <p>b. Guest comment Komentar wisatawan yang ditulis dalam web akomodasi</p>
6.	Promosi	<p>a. Melalui Sosial Media Promosi yang dilakukan lebih cenderung menggunakan sosial media</p> <p>b. Melalui Web, brosur atau pamphlet Promosi yang dilakukan lebih cenderung menggunakan web, brosur atau pamphlet</p>
7.	Loyalty Program	<p>a. Pemberian hadiah Pemberian hadiah kepada wisatawan yang sudah pernah menginap lebih dari satu kali</p> <p>b. Pemberian promo Pemberian special promo pada hari-hari tertentu</p>

Sumber: Hasil Modifikasi (2017)

## 2) Mengkonstruksikan Stimuli

Ada 2 (dua) pendekatan yang digunakan dalam mengkonstruksi stimuli analisis konjoin yaitu :

- a. Pendekatan pasangan ( *Pairwise Approach* ) disebut sebagai evaluasi dua faktor, yaitu mengevaluasi dua atribut pada satu waktu sampai seluruh pasangan variabel selesai dievaluasi.
- b. Pendekatan profil penuh ( *Full Profile Approach* ) disebut juga evaluasi faktor majemuk dengan mengkonstruksikan untuk seluruh atribut. Setiap profil dijelaskan pada sebuah kartu indeks yang terpisahkan.

Dalam penelitian ini menggunakan pendekatan profil penuh, maka jumlah stimuli yang dihasilkan berdasarkan banyaknya taraf atribut yaitu  $3 \times 3 \times 2 \times 3 \times 2 \times 2 \times 2 = 432$  stimuli. Green dalam Gudono (2015:396) berpendapat bahwa kombinasi lebih dari 30 macam akan sulit dianalisis oleh responden. Sehingga diperlukan penyederhanaan stimuli yaitu dengan *orthogonal array* yang diproses dengan menggunakan bantuan program *Statistical Product and Services Solution* (SPSS) versi 23. *Orthogonal array* memungkinkan estimasi yang efisien untuk semua dampak utama dari profil yang diminati atas suatu basis yang tidak berkorelasi. Menurut Orme (2010) jumlah stimuli dapat ditentukan berdasarkan pada rumus yaitu :

$$\text{Jumlah Stimuli} = ( K - k + 1 )$$

Keterangan :

k yaitu jumlah atribut / Indikator

K yaitu jumlah level atribut / tingkatan atribut / sub indikator

Berdasarkan pada rumus diatas, maka dapat diketahui jumlah stimuli yaitu  $( 17 - 7 + 1 )$  yaitu 11 stimuli, namun jumlah stimuli minimal yang disediakan oleh SPSS versi 23 dalam *orthogonal design* dan rumus syntax yaitu 16 stimuli. Oleh sebab itu, maka dalam penelitian ini akan menggunakan 16 stimuli sesuai dengan jumlah stimuli yang didapatkan dari *Statistical Product and Services Solution* (SPSS) versi 23.

### 3) Memutuskan bentuk data masukan

Data masukan dalam analisis konjoin dapat bersifat nonmetrik atau metrik. Data nonmetrik yaitu data yang biasanya responden akan diminta untuk menggunakan evaluasi. Jika menggunakan pendekatan *pairwise approach* atau pendekatan pasangan, maka responden akan diminta untuk memeringkat seluruh sel matriks berdasarkan profil yang diminati (*desirability*). Sedangkan jika menggunakan pendekatan *full profil* atau pendekatan profil penuh maka data masukan nonmetrik yaitu data masukan yang berupa *ranking* atau data yang berupa skala ordinal.

Data masukan metrik yaitu data masukan yang berupa *rating* dan bukan *ranking*. Penilaian secara *rating* biasanya secara independen, dimana data masukan berupa *rating* dianggap lebih mudah bagi responden dari pada menggunakan data masukan *ranking*. Dalam analisis konjoin yang menjadi variabel dependen biasanya adalah preferensi atau niat responden untuk membeli, dengan kata lain responden akan memberikann peringkat atau *rating* menurut pendapat sendiri. Sedangkan penggunaan analisis konjoin dengan menggunakan SPSS (*Statistical Product and Services Solution*) 23, ada 3 (tiga) jenis data masukan yang digunakan untuk menilai stimuli yaitu *sequence*, *rank*, dan *score*. *Sequence* merupakan data masukan yang berupa *ranking* dimana nilai 1 adalah yang paling tidak disukai dan nilai 16 adalah yang paling disukai. *Rank* adalah perintah jika data masukan yang digunakan berupa *ranking* dimana 1 merupakan nilai yang paling disukai dan nilai 16 merupakan nilai yang paling tidak disukai. *Score* merupakan perintah dengan masukan nilai 1-16, dimana semakin mendekati *score* 16 maka preferensi responden terhadap stimuli tersebut semakin tinggi.

Input data yang digunakan dalam penelitian ini adalah data nonmetrik. Pertama responden akan diberikan pilihan dengan menentukan pilihan level atribut berdasarkan pada persepsi masing-masing. Pemilihan berdasarkan persepsi dengan memberikan peringkat 1 sampai 5 dengan nilai sebagai berikut:

- 5 = Sangat Diminati atau Disukai (SD)
- 4 = Diminati atau Disukai (D)
- 3 = Cukup Diminati atau Disukai (CD)
- 2 = Tidak Diminati atau Disukai (TD)
- 1 = Sangat Tidak Diminati atau Disukai (STD)

Hasil dari persepsi wisatawan tersebut, kemudian akan dimasukkan kedalam stimuli sesuai pada Tabel 6. Setelah dilakukan tabulasi maka hasil akan dijumlahkan dan selanjutnya akan diranking (1 paling disukai dan 16 paling tidak disukai) sesuai dengan data Tabel 6.

### 4) Memilih Sebuah Prosedur Analisis Konjoin

Model analisis konjoin dasar bisa dipresentasikan dengan mengikuti rumus sebagai berikut.

$$\mu(X) = \sum_{i=1}^m \sum_{j=1}^{k_i} \alpha_{ij} x_{ij}$$

Keterangan :

- $\mu(X)$  = keseluruhan utilitas sebuah alternative
- $\alpha_{ij}$  = kontribusi atau utilitas *part-worth* yang berasosiasi dengan tingkat ke - j
- ke - j = (j, j=1,2,...k<sub>i</sub>)
- ke - I = (I, i= 1, 2, ... m)
- k<sub>i</sub> = jumlah tingkat atribut i
- m = jumlah atribut
- x<sub>ij</sub> = 1 tingkat ke-j dari atribut ke-I ada. Kalau tidak nilainya 0

Arti penting sebuah atribut I<sub>i</sub> diidentifikasi dalam bentuk kisaran *part-worth*  $\alpha_{ij}$  terhadap tingkat atribut,

$$I_i = \{ \max(\alpha_{ij}) - \min(\alpha_{ij}), \text{ for each } i \}$$



Arti penting atribut dinormalkan untuk memastikan arti penting relatifnya terhadap atribut-atribut lain,  $W_i$

$$w_i = \frac{I_i}{\sum_{i=1}^m I_i}$$

Sehingga

$$\sum_{i=1}^m w_i = 1$$

Beberapa prosedur yang tersedia untuk mengestimasi model dasar. Model yang paling sederhana dan yang paling populer adalah regresi variabel *dummy*. Variabel-variabel prediktor terdiri dari variabel-variabel *dummy* untuk tingkatan-tingkatan atribut. Jika data metrik yang diperoleh maka pemeringkatan yang diasumsikan menggunakan skala interval, membentuk variabel dependen. Sedangkan jika menggunakan data non metrik, maka *ranking* bisa dikonversikan menjadi 0 atau 1 dengan membuat perbandingan berpasangan antar merk.

#### 5) Menafsirkan Hasil Analisis

Hasil dari analisis konjoin yaitu berupa nilai utilitas setiap level atribut, *importance value*, dan ketepatan prediksi. Nilai utilitas setiap level akan menunjukkan nilai dari setiap level atribut yang paling diminati oleh responden. Jadi, utility adalah selisih antara rata-rata faktor tertentu dengan nilai konstannya, jika hasil dari analisis konjoin bernilai negative maka responden kurang menyukai dengan stimuli produk tersebut, dan sebaliknya jika selisih positif maka responden menyukai stimuli produk tersebut.

*Importance value* merupakan hasil dari analisis konjoin yang dihitung melalui cara seperti kuadratkan nilai deviasi dan jumlahkan hasilnya untuk semua level, hitung nilai *standardized* yaitu jumlah level dibagi dengan kuadrat deviasi, setiap kuadrat deviasi distandarisasi dengan cara mengalihkannya dengan nilai *standardized*, menghitung nilai *part-worth* dengan cara menghitung akar pangkat dari kuadrat deviasi yang telah distandarisasi. Hasil dari *importance value* yaitu atribut yang paling penting bagi responden untuk dipertimbangkan dalam memilih akomodasi.

Hasil ketetapan prediksi pada analisis konjoin pada prinsipnya bertujuan untuk memperkirakan pola pendapat responden yang disebut dengan *estimates part-worth*. Kemudian membandingkan dengan pendapat responden yang sebenarnya yang ada pada proses stimuli. Seharusnya hasil dari analisis konjoin tidak berbeda jauh dari pendapat responden yang sebenarnya yang dicerminkan dengan angka korelasi antara hasil estimasi dengan hasil aktua. Tingginya angka korelasi ditunjukkan dengan nilai korelasi *Pearson R* dan nilai *Kendall's Tau* dengan nilai signifikansi.

### 3. HASIL DAN PEMBAHASAN

Kabupaten Bangli merupakan salah satu kabupaten yang ada di Bali yang terletak di utara Provinsi Bali. Jarak dari ibukota kabupaten ke ibukota provinsi sekitar 40 km. Secara fisik dibagian selatan merupakan daerah daratan rendah dan bagian utara merupakan pegunungan. Puncak tertinggi Kabupaten Bangli adalah Puncak Penulisan dan terdapat pula Gunung Batur dan Danau Batur. Kabupaten Bangli memiliki 4 (empat) kecamatan dan 72 desa atau kelurahan yaitu Kecamatan Bangli terdiri dari 9 desa atau kelurahan dan 64 banjar dinas atau lingkungan serta 23 desa pekraman, Kecamatan Susut terdiri dari 9 desa atau kelurahan dan 54 banjar dinas atau lingkungan serta 38 desa pekraman, Kecamatan Tembuku terdiri dari 6 desa atau kelurahan dan 62 banjar dinas atau lingkungan serta 37 desa pekraman, dan Kecamatan Kintamani terdiri dari 48 desa atau kelurahan dan 176 banjar dinas atau lingkungan serta 61 desa pekraman. Kabupaten Bangli memiliki berbagai macam jenis daya tarik wisata diantaranya daya tarik wisata alam, wisata budaya, wisata agro, wisata purbakala dan wisata geologi.

## Karakteristik Responden

Karakteristik wisatawan sangat perlu untuk diketahui dikarenakan setiap wisatawan memiliki keinginan atau kebutuhan yang berbeda antara wisatawan yang satu dengan wisatawan yang lainnya. Pengelompokan tentang karakteristik wisatawan dapat memberikan informasi tentang alasan mengunjungi daya tarik wisata dan alasan memilih menginap di suatu akomodasi. Dengan mengetahui karakteristik wisatawan juga dapat membantu dalam membuat suatu produk baru dalam hal ini adalah produk wisata. Karakteristik wisatawan yang menginap di akomodasi yang berada di Kabupaten Bangli terbagi atas 2 (dua) kategori wisatawan yaitu wisatawan nusantara dan wisatawan mancanegara. Kategori karakteristik wisatawan terbagi menjadi 11 karakteristik yang terdiri dari asal, jenis kelamin, usia, pendidikan, pekerjaan, lama menginap, sumber informasi, rekan berwisata, periode kunjungan, tipe perjalanan dan motivasi kunjungan.

Berdasarkan pada kuesioner yang telah disebar di Kabupaten Bangli sebanyak 100 kuesioner untuk wisatawan nusantara dan 100 kuesioner untuk wisatawan mancanegara, maka dapat dilihat karakteristik wisatawan nusantara dan wisatawan mancanegara yang menginap di akomodasi yang berada di Kabupaten Bangli sebagai berikut.

**Tabel 4. Tabel Karakteristik Wisatawan yang Menginap di Akomodasi yang Berada di Kabupaten Bangli**

No	Karakteristik Wisatawan	Wisatawan Nusantara	Wisatawan Mancanegara
1	Berdasarkan Asal atau Kebangsaan	Jakarta	Eropa
2	Berdasarkan Jenis Kelamin	Perempuan	Perempuan
3	Berdasarkan Usia	25-44 Tahun	25-44 Tahun
4	Berdasarkan Pendidikan	SMA atau Sederajat	S1
5	Berdasarkan Pekerjaan	Pelajar/Mahasiswa	Karyawan Swasta
6	Berdasarkan Lama Menginap	1-5 Hari	1-5 Hari
7	Berdasarkan Sumber Informasi	Sosial Media	Sosial Media
8	Berdasarkan Rekan Berwisata	Keluarga	Teman
9	Berdasarkan Periode Kunjungan	1 Kali	1 Kali
10	Berdasarkan Tipe Kunjungan	Sendiri	Sendiri
11	Berdasarkan Motivasi Kunjungan	Liburan	Liburan

Sumber: Hasil olah data (2017)

Berdasarkan pada Tabel 4 tentang karakteristik wisatawan di atas, terlihat bahwa wisatawan nusantara yang menginap di akomodasi yang berada di Kabupaten Bangli didominasi oleh wisatawan yang berasal dari Jakarta, sedangkan wisatawan mancanegara didominasi oleh wisatawan yang berasal dari Eropa. Berdasarkan jenis kelamin, baik wisatawan nusantara maupun wisatawan mancanegara didominasi oleh wisatawan perempuan. Hal tersebut dapat diasumsikan bahwa perempuan memiliki minat yang lebih tinggi terhadap daya tarik wisata yang ada di Kabupaten Bangli. Berdasarkan usia wisatawan nusantara dan mancanegara didominasi oleh wisatawan yang berusia 25 sampai 44 tahun. Hal tersebut dapat diasumsikan bahwa letak akomodasi di Kabupaten Bangli sebagian besar berada di dekat daya tarik wisata seperti Gunung Batur yang mana merupakan gunung yang sangat diminati untuk melakukan aktivitas *trekking* sehingga wisatawan dengan usia 25-44 tahun lebih banyak menginap di akomodasi Kabupaten Bangli dikarenakan 25-44 tahun merupakan usia produktif untuk kegiatan berwisata. Berdasarkan pendidikan, wisatawan nusantara didominasi oleh wisatawan yang berpendidikan SMA sedangkan wisatawan mancanegara didominasi oleh wisatawan yang berpendidikan S1. Berdasarkan pekerjaan, wisatawan nusantara didominasi oleh wisatawan yang masih merupakan pelajar atau mahasiswa, sedangkan wisatawan mancanegara didominasi oleh wisatawan yang bekerja sebagai karyawan swasta. Berdasarkan lama menginap, baik

wisatawan nusantara maupun wisatawan mancanegara didominasi oleh wisatawan yang menginap 1 sampai 5 hari, sehingga penyedia akomodasi di Kabupaten Bangli harus bisa menarik minat wisatawan untuk berkunjung dan menginap lebih lama lagi di akomodasi bersangkutan seperti menyediakan kegiatan wisata tambahan. Berdasarkan sumber informasi, baik wisatawan nusantara maupun wisatawan mancanegara didominasi oleh wisatawan yang mendapatkan informasi melalui media sosial. Berdasarkan rekan berwisata, wisatawan nusantara didominasi oleh wisatawan yang berwisata bersama keluarga, sedangkan wisatawan mancanegara didominasi oleh wisatawan yang berwisata bersama teman. Berdasarkan periode kunjungan, baik wisatawan nusantara maupun wisatawan mancanegara didominasi oleh wisatawan yang menginap pertama kali di akomodasi di Kabupaten Bangli. Berdasarkan tipe kunjungan, baik wisatawan nusantara maupun wisatawan mancanegara juga didominasi oleh wisatawan yang melakukan rencana perjalanan sendiri. Berdasarkan motivasi kunjungan, baik wisatawan nusantara maupun wisatawan mancanegara didominasi oleh wisatawan yang menginap dengan tujuan liburan. Dapat diasumsikan bahwa baik wisatawan nusantara maupun wisatawan mancanegara yang melakukan kegiatan berwisata ke Kabupaten Bangli merupakan wisatawan yang ingin melakukan *refreshing* atau menyegarkan diri mereka dari sibuknya pekerjaan sehingga memanfaatkan waktu untuk liburan.

### Preferensi Wisatawan Terhadap Pemilihan Akomodasi Di Kabupaten Bangli

Sebelum menyebarkan kuesioner kepada responden, maka harus mengetahui terlebih dahulu susunan stimuli yang akan digunakan. Susunan stimuli dibuat dengan menggunakan *orthogonal design* dan rumus syntax. Berdasarkan atas *orthogonal design* dan rumus syntax, maka dapat dilihat susunan stimuli pada Tabel 5 berikut ini.

**Tabel 5. Tabel Stimuli Dalam Orthogonal Design**

No.	Lokasi	Fasilitas	Kualitas Pelayanan	Harga	Reputasi	Promosi	Loyalty Program
1	Di Pedesaan	Villa	Ramah	Rp. 600.001- Rp. 1.000.000	Guest Comment	Media Sosial	Pemberian Hadiah
2	Di Sekitar Kota	Hotel	Ramah	Rp. 200.000- Rp.600.000	Guest Comment	Web, Brosur, pamphlet	Pemberian Hadiah
3	Di Sekitar Kota	Pondok Wisata	Cepat	Rp. 600.001- Rp. 1.000.000	Guest Comment	Web, Brosur, pamphlet	Pemberian Hadiah
4	Dekat Daya Tarik Wisata	Villa	Ramah	> Rp. 1.000.000	Guest Comment	Web, Brosur, pamphlet	Pemberian Promo
5	Di Sekitar Kota	Villa	Cepat	Rp. 200.000- Rp.600.000	Rating Situs Online	Media Sosial	Pemberian Hadiah

6	Dekat Daya Tarik Wisata	Villa	Cepat	Rp. 200.000- Rp.600.000	Guest Comment	Media Sosial	Pemberian Hadiah
7	Di Sekitar Kota	Hotel	Ramah	Rp. 200.000- Rp.600.000	Guest Comment	Media Sosial	Pemberian Promo
8	Di Pedesaan	Hotel	Cepat	> Rp. 1.000.000	Rating Situs Online	Web, Brosur, pamphlet	Pemberian Hadiah
9	Di Sekitar Kota	Pondok Wisata	Cepat	> Rp. 1.000.000	Guest Comment	Media Sosial	Pemberian Promo
10	Di Sekitar Kota	Villa	Ramah	> Rp. 1.000.000	Rating Situs Online	Media Sosial	Pemberian Hadiah
11	Di Pedesaan	Pondok Wisata	Ramah	Rp. 200.000- Rp.600.000	Rating Situs Online	Media Sosial	Pemberian Promo
12	Dekat Daya Tarik Wisata	Pondok Wisata	Ramah	Rp. 200.000- Rp.600.000	Rating Situs Online	Web, Brosur, pamphlet	Pemberian Hadiah
13	Di Pedesaan	Villa	Cepat	Rp. 200.000- Rp.600.000	Guest Comment	Web, Brosur, pamphlet	Pemberian Promo
14	Di Sekitar Kota	Villa	Ramah	Rp. 600.001- Rp. 1.000.000	Rating Situs Online	Web, Brosur, pamphlet	Pemberian Promo
15	Di Sekitar Kota	Villa	Cepat	Rp. 200.000- Rp.600.000	Rating Situs Online	Web, Brosur, pamphlet	Pemberian Promo
16	Dekat Daya Tarik Wisata	Hotel	Cepat	Rp. 600.001- Rp. 1.000.000	Rating Situs Online	Media Sosial	Pemberian Promo

Sumber : Hasil Analisis (2017)

Setelah mengetahui susunan stimuli maka kuesioner akan disebarikan kepada responden yaitu 100 wisatawan nusantara dan 100 wisatawan mancanegara. Data diolah dengan menggunakan rumus syntax yang ada pada program *Statistical Product and Service Solutions* (SPSS) versi 23.

Adapun hasil dari analisis *conjoin* dengan menggunakan rumus syntax pada program *Statistical Product and Service Solutions* (SPSS) versi 23 yaitu sebagai berikut.

#### **Analisis Utilitas Level Tiap Atribut**

Analisis utilitas setiap atribut digunakan untuk menunjukkan nilai dari setiap atribut, yang kemudian nilai ini akan menghasilkan preferensi wisatawan dalam memilih akomodasi di

Kabupaten Bangli. Hasil nilai utilitas pada penelitian ini berdasarkan pada olahan analisis konjoin dengan menggunakan program *Statistic Product and Service Solutions* (SPSS) versi 23 dengan jumlah total 100 responden wisatawan nusantara dan 100 responden wisatawan mancanegara.

Dessy Setiawati (dalam Sugiyono, 2010) berpendapat bahwa *Utility* merupakan selisih faktor dengan nilai konstan. Apabila nilai bernilai negatif maka responden kurang suka dengan stimuli yang diberikan. Sebaliknya, bila bernilai positif maka responden menyukai stimuli tersebut. Pada penelitian biasanya menggunakan *ranking* 1- 16 dimana 1 merupakan peringkat yang paling tidak disukai dan 16 merupakan peringkat yang paling disukai. Namun pada penelitian ini pemberian peringkat/*ranking* pada setiap stimuli menggunakan peringkat 1 – 16, dimana peringkat yang paling disukai adalah peringkat 1 dan peringkat 16 merupakan yang paling tidak disukai. Perbedaannya hanya terletak pada cara untuk menganalisis. Adapun hasil nilai utilitas atribut dapat dilihat pada Tabel 6 dan 7 berikut.

Tabel 6. Tabel Nilai Utilitas Atribut dan Level Atribut Wisatawan Nusantara

Atribut	Level	Utility Estimate	Std. Error
Lokasi	Di Sekitar Kota	-1.688	0.130
	Di Pedesaan	-0.935	0.152
	Dekat Daya Tarik Wisata	2.623	0.152
Fasilitas	Villa	0.443	0.130
	Pondok Wisata	-0.139	0.152
	Hotel	-0.304	0.152
Kualitas Pelayanan	Cepat	-0.347	0.097
	Ramah	0.347	0.097
Harga	200.000-600.000	2.823	0.130
	600.001-1.000.000	0.063	0.152
	>1.000.000	-2.887	0.152
Reputasi	Rating Situs Online	1.204	0.097
	Guest Comment	-1.204	0.097
Promosi	Media Sosial	1.361	0.097
	Web, Brosur, Pamphlet	-1.361	0.097
Loyalty program	Pemberian Hadiah	-0.109	0.097
	Pemberian Promo	0.109	0.097
(Constant)		8.150	0.113

Sumber : Hasil olah data (2017)

Hasil dari tingkat kepentingan atribut bahwa atribut yang paling dipertimbangkan atau disukai oleh wisatawan nusantara yaitu atribut harga. Berdasarkan pada Tabel 6 di atas bahwa wisatawan nusantara lebih menyukai harga mulai dari Rp. 200.000- Rp. 600.000 dengan nilai positif 2.823. Hal tersebut terlihat dari nilai level atribut harga Rp. 200.000- Rp. 600.000 memiliki nilai positif 2.823 yakni nilai tertinggi. Hal tersebut sebanding dengan karakteristik wisatawan dilihat dari pekerjaan yang mana wisatawan nusantara didominasi oleh wisatawan yang masih sebagai pelajar/mahasiswa dimana wisatawan tersebut memiliki anggaran liburan yang cukup minim sehingga memilih harga yang minim pula.

Kemudian atribut kedua yang disukai yaitu lokasi yang letaknya dekat daya tarik wisata dengan nilai tertinggi yaitu positif 2.623. Hal tersebut sejalan dengan karakteristik wisatawan dilihat dari usia dimana wisatawan nusantara didominasi oleh wisatawan yang berusia 25-44 tahun yang mana usia tersebut merupakan usia produktif untuk berwisata seperti mendaki gunung. Sehingga wisatawan lebih memilih akomodasi yang letaknya dekat dengan daya tarik wisata. Hasil tersebut juga sesuai dengan karakteristik wisatawan berdasarkan atas motivasi kunjungan yang mana wisatawan nusantara lebih banyak berkunjung atau menginap di akomodasi hanya untuk liburan sehingga lebih memilih akomodasi yang letaknya dekat dengan daya tarik wisata.

Atribut ketiga yang disukai oleh wisatawan nusantara yaitu fasilitas berupa jenis akomodasi villa dengan nilai positif 0.443 yang merupakan nilai tertinggi diantara level atribut yang lainnya. Hal tersebut sebanding dengan karakteristik wisatawan dilihat dari rekan berwisata yang mana wisatawan nusantara didominasi oleh wisatawan yang berwisata bersama keluarga sehingga wisatawan nusantara lebih memilih villa dikarenakan villa memiliki fasilitas yang lebih lengkap untuk keluarga seperti adanya mini *kitchen* dan ruang tamu.

Selanjutnya untuk atribut keempat yaitu reputasi yang dinilai oleh wisatawan melalui *rating* situs *online* dengan nilai positif sebesar 1.204. Hasil tersebut sesuai dengan karakteristik wisatawan berdasarkan atas sumber informasi yang mana wisatawan nusantara dalam mengetahui akomodasi yang ada di Kabupaten Bangli melalui media sosial atau internet sehingga sangat mudah untuk melihat *rating* situs *online* pada media sosial atau *e-commerce* di internet seperti *booking.com*, *traveloka* dan *trip advisor*.

Atribut kelima yang dipertimbangkan oleh wisatawan nusantara yaitu promosi melalui media sosial dengan nilai positif sebesar 0.334 dibandingkan dengan melalui web atau penyebaran brosur ataupun pamphlet. Hasil tersebut sebanding dengan karakteristik wisatawan berdasarkan atas sumber informasi yang mana wisatawan nusantara dalam mengetahui akomodasi yang ada di Kabupaten Bangli melalui media sosial atau internet. Sehingga promosi yang dilakukan melalui media sosial atau internet akan sangat membantu wisatawan dalam mengetahui akomodasi yang ada di Kabupaten Bangli. Hal tersebut juga berkaitan dengan perkembangan teknologi saat ini yang mana sudah sangat berkembang dan sudah banyak yang menggunakan media sosial sebagai alat komunikasi maupun promosi.

Kemudian untuk atribut keenam yang dipertimbangkan oleh wisatawan yaitu *loyalty* program dimana wisatawan nusantara lebih menyukai adanya pemberian promo pada hari-hari tertentu dengan nilai positif sebesar 0.109. Hasil tersebut berkaitan dengan karakteristik wisatawan dilihat dari periode kunjungan dimana wisatawan nusantara didominasi oleh wisatawan yang menginap baru pertama kali di akomodasi yang bersangkutan sehingga pihak penyedia akomodasi harus mampu menarik minat wisatawan untuk menginap kembali di akomodasi yang bersangkutan dengan cara adanya pemberian promo pada hari-hari tertentu seperti hari raya nyepi, natal, tahun baru dan juga hari valentine.

Atribut terakhir yaitu kualitas pelayanan dimana wisatawan nusantara lebih menyukai kualitas pelayanan yang mengutamakan keramah tamahan dibandingkan dengan kecepatan dengan nilai positif sebesar 0.347. Hasil tersebut berkaitan dengan karakteristik wisatawan berdasarkan atas lama menginap di akomodasi yang mana wisatawan nusantara didominasi oleh wisatawan yang menginap selama 1-5 hari. Sehingga, pihak akomodasi harus mampu menarik

minat wisatawan untuk menginap lebih lama lagi di akomodasi yang bersangkutan seperti meningkatkan kualitas pelayanan yang ramah kepada setiap wisatawan.

Dapat disimpulkan bahwa wisatawan nusantara lebih menyukai akomodasi dengan harga diantara Rp. 200.000 – Rp. 600.000 yang lokasinya terletak dekat dengan daya tarik wisata dengan fasilitas berupa villa, reputasi yang dinilai oleh wisatawan yaitu *rating situs online* dari akomodasi yang bersangkutan, promosi yang dilakukan melalui media sosial, memiliki loyalty program berupa adanya promo pada hari-hari tertentu dengan kualitas pelayanan yang mengutamakan keramah tamahan.

Sedangkan untuk nilai utilitas wisatawan mancanegara dapat dilihat pada Tabel 7 berikut.

**Tabel 7. Tabel Nilai Utilitas Atribut dan Level Atribut Wisatawan Mancanegara**

Atribut	Level	Utility Estimate	Std. Error
Lokasi	Di Sekitar Kota	-2.065	0.129
	Di Pedesaan	-1.089	0.151
	Dekat Daya Tarik Wisata	3.154	0.151
Fasilitas	Villa	0.642	0.129
	Pondok Wisata	-0.417	0.151
	Hotel	-0.225	0.151
Kualitas Pelayanan	Cepat	-0.457	0.097
	Ramah	0.457	0.097
Harga	200.000-600.000	2.588	0.129
	600.001-1.000.000	0.245	0.151
	>1.000.000	-2.833	0.151
Reputasi	Rating Situs Online	1.245	0.097
	Guest Comment	-1.245	0.097
Promosi	Media Sosial	1.043	0.097
	Web, Brosur, Pamphlet	-1.043	0.097
Loyalty Program	Pemberian Hadiah	-0.224	0.097
	Pemberian Promo	0.224	0.097
(Constant)		8.209	0.112

Sumber : Hasil olah data (2017)

Jika dilihat dari tingkat kepentingan atribut, atribut atau faktor yang paling disukai atau dipertimbangkan oleh wisatawan mancanegara dalam memilih akomodasi di Kabupaten Bangli yaitu lokasi. Berdasarkan pada Tabel 7 diatas, lokasi yang paling disukai oleh wisatawan mancanegara yaitu lokasi yang letaknya dekat dengan daya tarik wisata dengan nilai positif sebesar 3.154. Hal tersebut sesuai dengan karakteristik wisatawan dilihat dari usia dimana wisatawan mancanegara didominasi oleh wisatawan yang berusia 25-44 tahun yang mana usia tersebut merupakan usia produktif untuk berwisata seperti mendaki gunung. Sehingga wisatawan lebih memilih akomodasi yang letaknya dekat dengan daya tarik wisata. Hasil tersebut juga sesuai dengan karakteristik wisatawan berdasarkan atas motivasi kunjungan yang mana wisatawan mancanegara lebih banyak berkunjung atau menginap di akomodasi hanya untuk liburan sehingga lebih memilih akomodasi yang letaknya dekat dengan daya tarik wisata.

Atribut kedua yaitu harga yang berada diantara Rp. 200.000 – Rp. 600.000 yang memiliki nilai positif tertinggi diantara level harga yang lainnya yaitu sebesar 2.588. Hal tersebut sebanding dengan karakteristik wisatawan dilihat dari pekerjaan yang mana wisatawan mancanegara didominasi oleh wisatawan yang bekerja sebagai karyawan swasta dimana wisatawan tersebut memiliki *budget* liburan yang sedikit sehingga memilih harga yang murah.

Atribut ketiga yaitu fasilitas dengan jenis akomodasi berupa villa yang memiliki nilai positif paling tinggi yaitu sebesar 0.642 dibandingkan dengan jenis akomodasi yang lainnya. Hal tersebut sebanding dengan karakteristik wisatawan dilihat dari rekan berwisata yang mana wisatawan mancanegara didominasi oleh wisatawan yang berwisata bersama teman sehingga wisatawan mancanegara lebih memilih villa dikarenakan villa memiliki fasilitas yang lebih lengkap.

Kemudian atribut keempat yang dipertimbangkan oleh wisatawan yaitu reputasi yang dilihat oleh wisatawan mancanegara melalui *rating* situs *online* dari akomodasi yang bersangkutan dengan nilai positif sebesar 1.245. Hasil tersebut sesuai dengan karakteristik wisatawan berdasarkan atas sumber informasi dimana wisatawan mancanegara mengetahui akomodasi yang ada di Kabupaten Bangli yakni melalui media sosial atau internet sehingga sangat mudah untuk melihat *rating* situs *online* pada media sosial atau *e-commerce* di internet seperti booking.com, traveloka dan trip advisor.

Atribut kelima yang dipertimbangkan oleh wisatawan yaitu promosi, wisatawan mancanegara lebih menyukai akomodasi yang melakukan promosi melalui media sosial dengan nilai positif sebesar 1.043 dibandingkan dengan promosi melalui web ataupun melalui brosur dan pamphlet. Hasil tersebut sebanding dengan karakteristik wisatawan berdasarkan atas sumber informasi yang mana wisatawan mancanegara dalam mengetahui akomodasi yang berada di Kabupaten Bangli melalui media sosial atau internet. Sehingga promosi yang dilakukan melalui media sosial atau internet akan sangat membantu wisatawan dalam mengetahui akomodasi yang ada di Kabupaten Bangli. Hal tersebut juga berkaitan dengan perkembangan teknologi saat ini yang mana sudah sangat berkembang dan sudah banyak yang menggunakan media sosial sebagai alat komunikasi maupun promosi.

Selanjutnya atribut yang keenam yang dipertimbangkan oleh wisatawan mancanegara yaitu *loyalty program*, wisatawan mancanegara lebih menyukai akomodasi yang memiliki program berupa pemberian promo pada hari-hari tertentu yang memiliki nilai positif sebesar 0.224. Hasil tersebut berkaitan dengan karakteristik wisatawan dilihat dari periode kunjungan dimana wisatawan mancanegara didominasi oleh wisatawan yang menginap baru pertama kali di akomodasi yang bersangkutan sehingga pihak penyedia akomodasi harus mampu menarik minat wisatawan untuk menginap kembali di akomodasi yang bersangkutan dengan cara adanya pemberian promo pada hari-hari tertentu seperti hari raya nyepi, natal, tahun baru dan juga hari valentine.

Atribut terakhir yaitu kualitas pelayanan dimana wisatawan mancanegara lebih menyukai pelayanan yang ramah dibandingkan pelayanan yang cepat dengan nilai sebesar



positif 0.457. Hasil tersebut berkaitan dengan karakteristik wisatawan berdasarkan atas lama menginap di akomodasi yang mana wisatawan mancanegara didominasi oleh wisatawan yang menginap selama 1-5 hari. Sehingga, pihak akomodasi harus mampu menarik minat wisatawan untuk menginap lebih lama lagi di akomodasi yang bersangkutan seperti meningkatkan kualitas pelayanan yang ramah kepada setiap wisatawan.

Jika disimpulkan maka wisatawan mancanegara dalam memilih akomodasi di Kabupaten Bangli lebih menyukai atau mempertimbangkan akomodasi yang letaknya dekat dengan daya tarik wisata dengan harga diantara Rp. 200.000 – Rp. 600.000 dimana wisatawan mancanegara lebih menyukai fasilitas akomodasi villa, reputasi yang dinilai yaitu melalui *rating situs online* dari akomodasi yang bersangkutan, melakukan promosi melalui media sosial, memiliki loyalty program berupa pemberian promo pada hari-hari tertentu dan wisatawan mancanegara juga lebih menyukai akomodasi yang mengutamakan keramah tamahan.

### Analisis Tingkat Kepentingan Atribut

Analisis tingkat kepentingan atribut akan menghasilkan atribut yang paling dipertimbangkan oleh wisatawan dalam memilih akomodasi di Kabupaten Bangli. Atribut yang digunakan dalam penelitian ini ada tujuh yang terdiri dari lokasi, fasilitas, kualitas pelayanan, harga, reputasi, promosi dan loyalty program. Hasil dari analisis tingkat kepentingan atribut ini juga dapat dijadikan sebagai acuan atau pertimbangan oleh pengelola akomodasi di Kabupaten Bangli dalam membuat produk yang sesuai dengan keinginan wisatawan. Hasil pengolahan data kuesioner dengan analisis konjoin menunjukkan tingkat kepentingan atribut yang diurutkan dari atribut yang paling dipertimbangkan hingga atribut yang kurang dipertimbangkan atau kurang penting menurut wisatawan. Adapun tingkat kepentingan atribut dapat dilihat pada Tabel 9 berikut.

**Table 8. Tabel Tingkat Kepentingan Atribut**

Wisatawan Nusantara		Wisatawan Mancanegara	
Harga	24,101	Lokasi	23,652
Lokasi	21,662	Harga	22,147
Fasilitas	13,582	Fasilitas	14,073
Reputasi	12,439	Reputasi	13,253
Promosi	11,648	Promosi	9,339
Loyalty Program	8,836	Loyalty Program	8,913
Kualitas Pelayanan	7,731	Kualitas Pelayanan	8,623
Total	100		100

Sumber: Hasil olah data (2017)

Berdasarkan pada Tabel 8 diatas terlihat bahwa atribut yang paling dipertimbangkan oleh wisatawan nusantara dalam memilih akomodasi di Kabupaten Bangli yaitu atribut harga dengan nilai 24,101, kemudian atribut selanjutnya yaitu lokasi dengan nilai sebesar 21,662. Faktor ketiga yang dipertimbangkan oleh wisatawan yaitu fasilitas dengan nilai sebesar 13,582, selanjutnya faktor keempat yaitu reputasi sebesar 12,439. Faktor kelima yaitu promosi dengan nilai sebesar 11,648, faktor keenam yaitu loyalty program dengan nilai sebesar 8,836 dan faktor yang terakhir yaitu yang paling tidak dipertimbangkan oleh wisatawan dalam memilih akomodasi di Kabupaten Bangli yaitu atribut kualitas pelayanan dengan nilai sebesar 7,731.

Kemudian tingkat kepentingan atribut menurut wisatawan mancanegara yaitu faktor atau atribut yang paling dipertimbangkan oleh wisatawan mancanegara dalam memilih akomodasi di Kabupaten Bangli yaitu faktor lokasi dengan nilai sebesar 23,652. Faktor kedua yang dipertimbangkan oleh wisatawan yaitu harga dengan nilai sebesar 22,147, faktor ketiga yaitu fasilitas dengan nilai sebesar 14,073. Faktor keempat yang dipertimbangkan yaitu reputasi dengan nilai 13,253, faktor kelima yaitu promosi dengan nilai 9,339. Selanjutnya faktor keenam

yang dipertimbangkan yaitu loyalty program dengan nilai sebesar 8,913 dan faktor yang paling tidak dipertimbangkan yaitu kualitas pelayanan dengan nilai sebesar 8,623.

### Pengujian Signifikansi dan *Predictive Accuracy*

Pengujian signifikansi pada penelitian ini menggunakan analisis *conjoint* yang dapat dilakukan dengan melihat nilai dari korelasi *Pearson's R* dan *Kendall's Tau* berdasarkan pada hasil pengolahan data kuesioner. Jika nilai signifikansi *Pearson's R* dan *Kendall's Tau* berada di bawah 0,05 maka nilai signifikasinya sangat kuat. Hasil analisis *conjoint* juga akan divalidasi dengan melihat nilai Korelasi *Pearson's R* dan *Kendall's Tau*, jika nilai korelasi menunjukkan angka di atas 0,5 maka dapat diartikan bahwa korelasi memiliki nilai *predictive accuracy* yang kuat atau kuesioner dinyatakan valid.

Hasil data-data kuesioner antara wisatawan nusantara dan wisatawan mancanegara yang telah diolah dengan menggunakan program *Statistical Product and Service Solutions* (SPSS) versi 23, mempunyai nilai korelasi yang dapat dilihat pada Tabel 9 berikut.

**Tabel 9. Tabel Nilai Korelasi Antar Atribut**

	Wisatawan Nusantara		Wisatawan Mancanegara	
	Value	Sig	Value	Sig
Pearson's R	0.998	0.000	0.998	0.000
Kendall's Tau	0.950	0.000	0.933	0.000

Sumber : Hasil olah data (2017)

Berdasarkan pada Tabel 9 diatas, terlihat bahwa nilai korelasi *Pearson* dan *kendall* untuk wisatawan nusantara menghasilkan nilai yang kuat karena berada diatas nilai 0,5 yaitu 0.998 untuk nilai *Pearson's R* dan 0.950 untuk nilai *Kendall's Tau*. Nilai signifikansi wisatawan nusantara menghasilkan nilai signifikansi yang kuat karena berada di bawah nilai 0,05 dengan nilai *Pearson* dan *Kendal* sebesar 0,000. Nilai korelasi untuk wisatawan mancanegara menghasilkan nilai *Pearson's R* sebesar 0,998 dan *Kendall's Tau* sebesar 0,933 yang berarti bahwa nilai korelasinya juga kuat karena berada di atas 0,5. Nilai signifikansi wisatawan mancanegara menghasilkan nilai signifikansi yang kuat pula karena berada di bawah 0,05 yaitu 0,000. Dapat disimpulkan bahwa pendapat dari 100 responden wisatawan nusantara dan 100 responden wisatawan mancanegara dapat diterima untuk menggambarkan preferensi wisatawan dalam memilih akomodasi di Kabupaten Bangli.

## 4. SIMPULAN DAN SARAN

### Simpulan

Berdasarkan pada hasil pembahasan yang telah diuraikan, maka dapat dilihat preferensi wisatawan terhadap pemilihan akomodasi di Kabupaten Bangli sesuai dengan hasil penyebaran kuesioner dan diolah dengan menggunakan program SPSS versi 23 dengan menggunakan rumus syntax yaitu sebagai berikut :

1. Karakteristik wisatawan yang menginap di akomodasi yang berada di Kabupaten Bangli yaitu wisatawan nusantara didominasi oleh wisatawan yang berasal dari Jakarta dan wisatawan mancanegara didominasi oleh wisatawan yang berasal dari Eropa. Jenis kelamin didominasi oleh wisatawan perempuan, usia didominasi oleh wisatawan dengan 25-44 tahun, pendidikan wisatawan nusantara didominasi oleh wisatawan SMA dan wisatawan mancanegara didominasi oleh wisatawan S1, pekerjaan wisatawan nusantara didominasi oleh wisatawan yang bekerja sebagai pelajar/mahasiswa sedangkan wisatawan mancanegara didominasi oleh wisatawan yang bekerja sebagai karyawan swasta, lama menginap didominasi oleh wisatawan yang menginap 1-5 hari, sumber informasi didominasi oleh wisatawan yang mendapatkan informasi dari sosial media atau internet,

berdasarkan rekan berwisata wisatawan nusantara didominasi oleh wisatawan yang berwisata bersama keluarga sedangkan wisatawan mancanegara didominasi oleh wisatawan yang berwisata bersama teman, periode kunjungan wisatawan didominasi oleh wisatawan yang berkunjung atau menginap baru sekali, berdasarkan tipe kunjungan didominasi oleh wisatawan dengan tipe kunjungan sendiri, motivasi kunjungan didominasi oleh wisatawan yang bertujuan untuk liburan.

2. Preferensi wisatawan terhadap pemilihan akomodasi di Kabupaten Bangli yaitu :
  - a. Nilai utilitas atribut wisatawan nusantara dalam memilih akomodasi di Kabupaten Bangli yaitu harga mulai dari Rp. 200.000- Rp. 600.000 (2.823), lokasi yang letaknya dekat daya tarik wisata (2.623), fasilitas berupa jenis akomodasi villa (0.443), reputasi yang dinilai oleh wisatawan melalui *rating situs online* (1.204), promosi melalui media sosial (0.334), loyalty program dimana wisatawan nusantara lebih menyukai adanya pemberian promo pada hari-hari tertentu (0.109), kualitas pelayanan yang mengutamakan keramah tamahan dibandingkan dengan kecepatan (0.347). Sedangkan nilai utilitas atribut wisatawan mancanegara yaitu lokasi yang letaknya dekat dengan daya tarik wisata (3.154), harga yang berada diantara Rp. 200.000 – Rp. 600.000 (2.588), fasilitas berupa villa (0.642), reputasi yang dilihat oleh wisatawan mancanegara melalui *rating situs online* dari akomodasi yang bersangkutan (1.245), promosi melalui media sosial (1.043), loyalty program berupa pemberian promo pada hari-hari tertentu (0.224), kualitas pelayanan dimana wisatawan mancanegara lebih menyukai pelayanan yang ramah dibandingkan pelayanan yang cepat (0.457).
  - b. Tingkat kepentingan atribut untuk wisatawan nusantara dan wisatawan mancanegara dalam memilih akomodasi di Kabupaten Bangli yaitu wisatawan nusantara mempertimbangkan faktor atau atribut mulai dari harga (24.101), lokasi (21.662), fasilitas (13.582), reputasi (12.439), promosi (11,648), loyalty program (8.836) dan kualitas pelayanan (7.731). Tingkat kepentingan atribut wisatawan mancanegara mulai dari faktor lokasi (23.652), harga (22.147), fasilitas (14.07), reputasi (13.253), promosi (9.339), loyalty program (8.913), kualitas pelayanan (8.623).
  - c. Uji Signifikansi dan *Predictive Accuracy* yang dilihat dari nilai *Pearson's R* dan *Kendall's Tau* menyatakan bahwa pendapat dari 100 responden wisatawan nusantara dan 100 responden wisatawan mancanegara dapat diterima untuk menggambarkan preferensi wisatawan dalam memilih akomodasi di Kabupaten Bangli. Nilai *Pearson's R* dan *Kendall's Tau* wisatawan nusantara yaitu 0.998 untuk nilai *Pearson's R* dan 0.950 untuk nilai *Kendall's Tau* sedangkan untuk wisatawan mancanegara yaitu 0.998 untuk nilai *Pearson's R* dan 0.933 *Kendall's Tau*.

## Saran

Berdasarkan pada hasil pembahasan dan simpulan tersebut, maka dapat diusulkan beberapa saran yang dapat bermanfaat bagi pengusaha akomodasi dan pemerintah Kabupaten Bangli diantaranya yaitu :

1. Diharapkan kepada pengusaha akomodasi lebih meningkatkan kualitas pelayanan yang ramah kepada setiap wisatawan yang menginap untuk memberikan kepuasan lebih kepada wisatawan sehingga wisatawan akan datang kembali untuk menginap di akomodasi yang bersangkutan.
2. Selain itu, diharapkan pula kepada pengusaha akomodasi dalam melakukan promosi disarankan untuk menggunakan media sosial, dikarenakan baik wisatawan nusantara maupun mancanegara lebih tertarik dengan promosi yang melalui media sosial. Hal tersebut juga berkaitan dengan teknologi yang saat ini sudah semakin maju. Dalam kenyataannya dilapangan masih ada beberapa akomodasi yang masih belum menggunakan media sosial sebagai alat promosi.

3. Diharapkan pula kepada pengusaha *travel agent* agar lebih giat dalam melakukan promosi, hal tersebut dikarenakan wisatawan nusantara dan mancanegara dalam melakukan kunjungan lebih banyak mempercayakan diri sendiri untuk melakukan perencanaan wisata dari pada menggunakan *travel agent*.
4. Kepada pemerintah Kabupaten Bangli, diharapkan agar lebih memantau seluruh akomodasi yang ada di Kabupaten Bangli untuk memberikan data wisatawan yang menginap per hari kepada polsek setempat. Hal tersebut guna mempermudah polsek untuk mendata setiap wisatawan yang masuk ke Kabupaten Bangli untuk menghindari hal-hal yang tidak diinginkan.

### Ucapan Terimakasih

Penulis mengucapkan terimakasih kepada pengelola akomodasi yang berada di Kabupaten Bangli yang telah berkenan memberikan izin kepada penulis untuk melakukan penelitian di akomodasi yang bersangkutan. Penulis juga mengucapkan terimakasih kepada dosen pembimbing yang telah senantiasa membimbing dan mengarahkan penulis dalam menyelesaikan makalah ini. Penulis juga tidak lupa mengucapkan terimakasih kepada seluruh dosen Diploma IV Pariwisata yang telah memberikan ilmu selama masa perkuliahan dan staff akademik yang telah memberikan pelayanan yang baik kepada penulis. Penulis juga mengucapkan terimakasih kepada teman-teman Diploma IV Pariwisata yang telah memberikan dukungan serta motivasi kepada penulis agar cepat menyelesaikan makalah ini.

### DAFTAR PUSTAKA

- Asauri, Sofian. 2014. *Manajemen Pemasaran Dasar, Konsep dan Strategi*. Jakarta: Rajawali Pers.
- Ghozali, Imam. 2013. *Aplikasi Analisis Multivariat Dengan Program IBM SPSS 21 (Cetakan VII)*. Semarang: Badan Penerbit Universitas Diponegoro.
- Gudono. 2015. *Analisis Data Multivariat*. Yogyakarta : BPFE
- Hair Jr, Joseph F., Black, William C., Babin, Barry J., Anderson, Rolph E. 2010. *Multivariate Data Analysis Seventh Edition*. Pearson Prentice.
- Heizer, Jay dan Barry Rander. 2006. *Operatons Management Jilid I*. Jakarta : Selemba Empat.
- Kotler, Philip. Susanto A.B. 2000. *Manajemen Pemasaran Di Indonesia*. Jakarta: Selemba Empat.
- Kotler, Philip dan Kevin Lane Kenner. 2009. *Manajemen Pemasaran Edisi 13, Jilid 1 dan 2*. Jakarta: Erlangga.
- Malhotra, Naresh K. 2006. *Riset Pemasaran : Pendekatan Terapan Jilid 2*. Jakarta: Indeks
- Sugiyono, 2014. *Metode Penelitian Kombinasi (Mixed Methods)*. Bandung: Alfabeta
- Sugiyono. 2014. *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D*. Bandung: Alfabeta.
- Sulastiyono, Agus. 2006. *Manajemen Penyelenggaraan Hotel*. Bandung : Alfabeta.
- Tjiptono, Fandy. 2006. *Strategi Pemasaran*. Yogyakarta: Penerbit ANDI.
- Zeithaml L, Valerie A, A. Parasurama, Leonardo L. Berry. 1998. *Servqual a multiple-item scale for measuring consumer perception of service quality*. Journal of Retailing, Vol. 64, No 1 pp 12-37.

### Sumber Internet :

- Badan Pusat Statistik Kabupaten Bangli, 2016.
- Dewi, Luh Putu Vira Cintya dan Nugroho, Saptono. *Positioning Geopark Gunung Batur Sebagai Daya Tarik Ekowisata Di Kintamani, Kabupaten Bangli*. Program Studi Destinasi Pariwisata Fakultas Pariwisata Universitas Udayana.

- Harikusmawan, Gusti Bagus Darma dan Mandala, Kastawan. *Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Keputusan Wisatawan Menginap di Villa Akasha Beach Estate Kerobokan Badung*. Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Udayana.
- Sulistiono, Ari Budi. 2010. *Pengaruh Kualitas Pelayanan, Fasilitas dan Lokasi Terhadap Keputusan Menginap Studi Pada Tamu Hotel Sronдол Indah Semarang*: Laporan Skripsi Fakultas Ekonomi Universitas Diponegoro Semarang.
- Toule, Rendy. 2015. *Preferensi Wisatawan Nusantara Terhadap Sarana Akomodasi Di Provinsi Bali* : Laporan Skripsi Sekolah Tinggi Pariwisata Nusa Dua Bali.