



Keputusan Wisatawan Backpacker dalam Memilih Hostel di Kota Bandung

Galuh Dwika Apsarini^{1*}, Ersy Ervina¹

¹Fakultas Ilmu Terapan, Universitas Telkom, Indonesia

*Korespondensi: dwikaaps@gmail.com

Info Artikel

Diterima 26
Juli 2023

Disetujui 25
Oktober 2023

Dipublikasikan 13
November 2023

Keywords:
Karakteristik Tamu,
Keputusan
Wisatawan,
Wisatawan
Backpacker, Hostel

© 2023 The
Author(s): This is
an open-access
article distributed
under the terms of
the Creative
Commons
Attribution
ShareAlike (CC BY-
SA 4.0)



Abstrak

Kota Bandung menjadi pilihan wisatawan lokal dan mancanegara dengan beragam preferensi yang dijadikan pertimbangan oleh wisatawan salah satunya wisatawan backpacker. Seiring berjalannya waktu, tren backpacker semakin marak dikalangan wisatawan. Hal ini menyebabkan hostel yang menyediakan penginapan dengan tarif kamar yang murah akan menjadi suatu pilihan yang diminati para wisatawan backpacker. Hostel merupakan jenis tempat menginap yang menyediakan fasilitas yang digunakan secara bersamaan oleh seluruh tamu dengan menyediakan kamar tipe dormitory. Penelitian ini dilakukan untuk mengetahui faktor apa saja yang menjadi penentu untuk memilih hostel sebagai tempat penginapan wisatawan backpacker. Metode penelitian yang menggunakan metode analisis faktor dengan pendekatan survei menggunakan kuesioner yang pengukurannya menggunakan skala likert. Penelitian ini bermaksud untuk mengetahui karakteristik dan faktor keputusan wisatawan backpacker dalam pemilihan akomodasi hostel di Kota Bandung. Selain itu, ini juga bertujuan untuk mengidentifikasi faktor penentu keputusan pemilihan hostel di Kota Bandung. Analisis faktor diukur menggunakan kuesioner dengan menggunakan skala Likert 5 dan diolah menggunakan SPSS 25. Temuan penelitian ini menunjukkan bahwa pemilihan hostel di Kota Bandung terinspirasi oleh beragam promosi yang ditawarkan, kemudahan akses, dan juga fasilitas yang sesuai dengan kemauan tamu.

Abstract

The city of Bandung is the choice of local and foreign tourists with various preferences that are taken into consideration by tourists, one of which is backpacker tourists. As time goes by, the backpacker trend is increasingly popular among tourists. This causes hostels that provide accommodation with cheap room rates to become an attractive choice for backpacker tourists. Hostel is a type of place to stay that provides facilities that are used simultaneously by all guests by providing dormitory type rooms. This research was conducted to find out what factors determine when choosing a hostel as a place to stay for backpacker tourists. The research method uses a factor analysis method with a survey approach using a questionnaire whose measurement uses a Likert scale. This research aims to determine the characteristics and decision factors of backpacker tourists in choosing hostel accommodation in the city of Bandung. Apart from that, it also aims to identify the determining factors in the decision to choose a hostel in Bandung City. Factor analysis was measured using a questionnaire using a 5 Likert scale and processed using SPSS 25. The findings of this research show that the choice of hostel in the city of Bandung is inspired by the

various promotions offered, ease of access, and also facilities that suit the wishes of guests.

1. Pendahuluan

Kota Bandung merupakan kota pariwisata yang banyak dikunjungi oleh para wisatawan, baik wisatawan domestik ataupun wisatawan mancanegara. Kota Bandung kini memang semakin bersinar dimata wisatawan karena banyaknya tempat wisata dan atraksi yang melnarik. Karena melakukan perjalanannya dan meninggalkan tempat tinggalnya dalam waktu sementara, maka hal itu bisa dikatakan sebagai wisatawan. Salah satunya adalah akomodasi. Hotel adalah sejenis akomodasi yang menyediakan fasilitas. Fasilitas adalah sarana untuk melancarkan fungsi dan memberikan kemudahan. Apabila suatu perusahaan memberikan fasilitas yang semakin lengkap, konsumen akan semakin puas dan akhirnya memilih hotel tersebut sebagai prioritas utama (Annishia dan Prastiyo, 2019). Selain itu dalam melakukan wisata, seorang wisatawan memiliki maksud dan tujuan seperti beristirahat, berbisnis dana atau lainnya dalam tujuan wisatanya. Batasan pada wisatawan sangat penting dilakukan, untuk dapat melihat sifat perjalanan dan ruang lingkup dimana perjalanan wisata itu dilakukan. Selain itu Kota Bandung juga menjadi tujuan populer bagi wisatawan dari seluruh dunia, terutama backpacker yang ingin merasakan pengalaman wisata dengan biaya terjangkau.

Wisatawan backpacker adalah wisatawan yang memiliki gaya perjalanan yang unik dan mandiri dengan biaya minimal keuntungan bagi para backpacker yang bukan hanya sekedar untuk beraktifitas, tapi lebih dari itu, merela ingin mengenal langsung budaya tempat mereka melakukan wisata (Alfath, 2018). Salah satu keahlian yang harus dimiliki oleh para backpacker adalah memilih akomodasi, membuat rute, serta mengemas peralatan yang akan dibawa (Nanlohy & Dedyatama, 2023). Sudiarta dan Suwintari (2020) dalam Maoz (2007:45) mendefinisikan backpacker sebagai wisatawan mandiri yang berkunjung ke banyak tempat tujuan wisata dan mempunyai rencana perjalanan yang fleksibel. Maka dari itu, wisatawan backpacker cenderung melakukan perjalanan dengan cara hemat dan memilih akomodasi yang murah serta menghemat pengeluaran. Hostel telah menjadi pilihan utama bagi backpacker karena keuntungan yang ditawarkannya. Salah satu alasan utama wisatawan backpacker memilih akomodasi hostel di Kota Bandung adalah karena biayanya yang terjangkau dibandingkan dengan hotel atau penginapan lainnya. Hostel adalah akomodasi yang memiliki budget oriented, menyediakan shared-room bermodel asrama / dormitory yang biasanya menerima wisatawan perorangan atau biasa disebut juga dengan wisatawan backpacker, kelompok untuk masa tinggal yang pendek dan menyediakan area serta fasilitas umum (Arga,2019). Citra sebuah hostel sangat berpengaruh pada minat pengunjung. Suasana yang nyaman dan interior yang di desain secara baik akan mempengaruhi loyalitas pengunjung (Benedicta, 2016).

Memilih hostel sebagai akomodasi saat mengunjungi Kota Bandung bukanlah keputusan yang mudah bagi para backpacker. Beberapa faktor harus dipertimbangkan seperti aksesibilitas, harga, serta fasilitas yang ada di hostel. Ada juga beberapa faktor lain seperti keamanan, dan lokasi yang harus dipertimbangkan ketika memilih hostel. Peran seorang konsumen atau wisatawan sangat

berpengaruh di dalam keputusan pemilihan suatu akomodasi. Sangajdi dan Sophiah (2014) mengemukakan bahwa perilaku konsumen adalah semua fungsi, aktivitas dan psikologi yang mendorong pada tindakan saat itu sebelum melakukan aktivitas belanja, saat berbelanja menggunakan dan mengkonsumsi produk dan jasa setelah melakukan hal-hal di atas atau kegiatan mengevaluasi. Adapun menurut Tonda, Hanif, Tyas (2022) Perilaku konsumen adalah suatu proses yang berkaitan dengan proses pembelian, pada saat para konsumen akan melakukan segala aktifitas-aktifitas seperti melakukan pencarian, penelitian, dan pengevaluasian terhadap suatu produk yang akan mereka beli.

Keputusan pembelian adalah keputusan akhir atau final yang dimiliki seseorang konsumen untuk membeli suatu barang atau biasa dengan melewati berbagai macam pertimbangan-pertimbangan. Keputusan pembelian menurut Kotler dan Keller (2013) merupakan keputusan yang diambil oleh konsumen untuk membeli suatu produk melalui langkah-langkah yang dilalui konsumen sebelum menentukan apa yang ingin dibeli, meliputi kebutuhan yang teridentifikasi, aktivitas pra pembelian, serta perilaku saat menggunakan dan umpan balik setelah pembelian. Kotler (1997) mengatakan bahwa keputusan yang mempengaruhi pembelian ada pada faktor seperti, harga, lokasi, fasilitas, keamanan, promosi, dan ulasan tamu. Keputusan pembelian yaitu keputusan pembelian konsumen merupakan tindakan individu yang secara langsung atau tidak langsung terlibat dalam usaha memperoleh dan menggunakan suatu produk atau jasa yang dibutuhkan (Jemmy & Robby, 2022).

Penelitian ini dilaksanakan karena adanya perbedaan preferensi antar-wisatawan yang mengunjungi suatu tempat yang kemungkinan besar disebabkan oleh faktor harga, lokasi, fasilitas, pelayanan, dan promosi. Sehingga hipotesis dalam penelitian ini adanya pengaruh dari faktor-faktor tersebut terhadap keputusan wisatawan dalam memilih akomodasi hostel. Tujuan dari penelitian ini adalah untuk menganalisis karakteristik wisatawan dan mengkaji faktor-faktor seperti harga, lokasi, fasilitas, adapun ulasan tamu dan juga promosi terhadap keputusan wisatawan dalam memilih akomodasi hostel di Kota Bandung. Penelitian ini diharapkan memiliki implikasi bagi pengelola hostel untuk menerapkan strategi sesuai dengan faktor yang mempengaruhi keputusan wisatawan dalam memilih hostel di Kota Bandung

2. Metode Penelitian

Metodologi penelitian yang baik akan menghasilkan paradigma yang baru dalam pengembangan ilmu pengetahuan. Hasil pemikiran paradigma selalu tidak mencukupi dan terbuka untuk perubahan selanjutnya (Mulyadi, 2011). Adapun metode penelitian yang digunakan dalam penelitian keputusan wisatawan backpacker dalam memilih hostel di Kota Bandung antara lain adalah metode penelitian kuantitatif analisis deskriptif dan analisis faktor. Sugiyono (2017) mengatakan metode penelitian kuantitatif merupakan metode penelitian yang berlandaskan pada filsafat positivisme, digunakan untuk meneliti pada populasi atau sampel tertentu, pengumpulan data menggunakan instrumen penelitian, analisis data yang bersifat kuantitatif atau statistik, dengan tujuan untuk menguji hipotesis yang telah ditetapkan.

Sutisna (2020) mengatakan bahwa statistik deskriptif adalah metode yang digunakan untuk menganalisis data dengan cara mendeskripsikan atau

menggambarkan data yang telah terkumpul sebagaimana adanya. Sumber data yang digunakan pada penelitian ini terdiri dari data primer dengan teknik pengumpulan data yaitu kuesioner. Selanjutnya adalah analisis data, kegiatan analisis data penelitian merupakan bagian dari beberapa tahapan yang harus dilakukan dalam suatu penelitian. Kegiatan analisis data tentunya dilakukan setelah data terkumpul dari lapangan. Data diambil dari responden dengan menggunakan instrument dalam penelitian kuantitatif bisanya menggunakan angket (kuesioner) atau test (Sutisna, 2020). Analisis data yang digunakan didalam penelitian ini adalah teknik analisis faktor. Sampel dalam penelitian ini adalah tamu yang pernah menginap di hostel di Kota Bandung. Maka, data yang dihasilkan dari kuesioner kemudian dianalisis dengan menggabungkan deskriptif sederhana analisis faktor untuk menentukan faktor keberhasilan yang akan menjadi keputusan wisatawan dalam memilih hostel di Kota Bandung dengan menggunakan SPSS 25.

Langkah pertama dalam analisis faktor adalah merumuskan masalah dan mengidentifikasi atau mengenali variabel asli yang akan dianalisis. Ukuran sampling Kaiser-Meyer-Olkin (KMO). Kecukupan Indeks yang digunakan untuk menguji keakuratan analisis faktor. Hasil yang bernilai tinggi antara 0,5-1,0 mengartikan bahwa analisis faktor sudah benar dan jika kurang dari 0,5 maka analisis faktor dikatakan tidak benar. Kemudian dilanjutkan dengan matriks kolerasi dari variabel-variabel ini dibuat dan berakhir dengan hasil analisis faktor. Beberapa faktor untuk diekstraksi dari variabel dan metode rotasi yang juga digunakan untuk menyatakan variabel standar. Langkah terakhir adalah menginterpretasikan faktor rotasi.

3. Hasil dan Pembahasan

Berdasarkan hasil penelitian maka dapat diketahui bahwa Tamu yang pernah menginap di hostel di Kota Bandung didominasi oleh Perempuan sebanyak 67,3% dengan jumlah 64 orang, sisanya 32,7% laki laki atau 31 orang laki laki (pria). Tamu yang menginap di hostel di Kota Bandung berkisar di rentang usia 62,1% dengan usia 17-25 tahun yaitu berjumlah 59 orang. Pekerjaan tamu yang menginap mayoritas adalah bekerja sebagai karyawan swasta dengan presentase 42,1% atau sebanyak 40 responden. Tamu yang pernah menginap di hostel di Kota Bandung memiliki pendapatan yang beragam diantaranya memiliki pendapatan diatas Rp. 5.000.001 yang berjumlah 35,4% yaitu berjumlah 34 orang. Tamu yang pernah menginap di hostel Kota Bandung memiliki frekuensi menginap yang bermacam macam diantaranya 71,5% menginap sebanyak 1-3 kali dengan jumlah 69 orang. Tamu hotel yang menginap didominasi dengan durasi menginap di hostel di Kota Bandung 44,2% diantaranya menginap selama 2 malam dengan jumlah 42 orang. Hasil dari survei yaitu 32,6% tamu yang menginap di hostel di Kota Bandung menginap bersama keluarga yang berjumlah 31 orang.

3.1 Hasil

Measure of Sampling Adequacy (MSA)

Measure of Sampling Adequacy (MSA) digunakan untuk mengetahui apakah variabel sudah memadai untuk dianalisis lebih lanjut. Nilai ini dapat dilihat pada nilai anti-image correlation matriks. Jika nilai MSA lebih besar dari 0,5 maka variabel tersebut sudah memadai untuk dianalisis lebih lanjut. Apabila terdapat nilai MSA dari variabel-variabel awal yang kurang dari 0,5 harus dikeluarkan satu per satu dari analisis, diurutkan dari variabel yang nilai MSA nya terkecil dan tidak digunakan lagi dalam analisis selanjutnya, namun dalam analisis ini dilakukan tidak terdapat

variabel indikator yang mempunyai nilai anti-image correlation matriks kurang dari 0,5. Dari hasil output menggunakan SPSS 25 diperoleh nilai MSA sebagai berikut:

Tabel 1. Nilai *Measure of Sampling Adequacy* (MSA)

| Indikator | Anti-image Correlation |
|---------------|------------------------|
| Harga 1 | ,867 ^a |
| Harga 2 | ,920 ^a |
| Promosi 1 | ,929 ^a |
| Promosi 2 | ,835 ^a |
| Fasilitas 1 | ,937 ^a |
| Fasilitas 2 | ,911 ^a |
| Fasilitas 3 | ,926 ^a |
| Kelamanan 1 | ,932 ^a |
| Kelamanan 2 | ,881 ^a |
| Kelamanan 3 | ,901 ^a |
| Lokasi 1 | ,894 ^a |
| Lokasi 2 | ,903 ^a |
| Lokasi 3 | ,896 ^a |
| Ulasan Tamu 1 | ,921 ^a |
| Ulasan Tamu 2 | ,815 ^a |
| Ulasan Tamu 3 | ,942 ^a |
| Ulasan Tamu 4 | ,928 ^a |
| Ulasan Tamu 5 | ,917 ^a |

Sumber: Data primer diolah

Berdasarkan Tabel output SPSS diatas dapat dilihat bahwa 18 variabel masing-masing mempunyai nilai MSA lebih dari 0,5. Sehingga dapat disimpulkan bahwa variabel indikator sudah memadai untuk dianalisis lebih lanjut.

Kaiser-Meyer-Olkin (KMO) Measure of Sampling Adequacy and Bartlett's Test

Asumsi analisis faktor *Kaiser Meyer Olkin of Sampling (KMO)* adalah indeks perbandingan jarak antara koefisien korelasi dengan korelasi parsialnya. Nilai KMO dianggap sudah mencukupi apabila nilainya lebih dari 0,5. Menurut Santoso (2004) dalam bukunya yang berjudul Buku Latihan SPSS Statistik Multivariat menyatakan bahwa angka KMO dan *Bartlett Test* harus memiliki nilai diatas 0,5 dan nilai signifikan harus dibawah 0,005. Hasil penelitian pada Tabel diatas menunjukkan bahwa nilai KMO sebesar 0,908. Dengan demikian persyaratan KMO sudah memenuhi persyaratan karena memiliki nilai diatas 0,5. Asumsi analisis faktor selanjutnya yaitu *Bartlett Test of Sphericity*. Hasil perhitungan dengan SPSS dihasilkan nilai *Bartlett Test of Spechricity* sebesar 1192,752 dengan signifikansi sebesar 0,000. Dengan demikian *Bartlett Test of Spechricity* dianggap sudah memenuhi persyaratan karena signifikansi dibawah 0,05 (5%).

Tabel 2. Hasil KMO and Bartlett's Test

| KMO and Bartlett's Test | |
|--|-----------------------------|
| Kaiser-Meyer-Olkin Measure of Sampling Adequacy. | ,908 |
| Bartlett's Test of Spechricity | Approx. Chi-Square 1192,752 |
| | df 153 |
| | Sig. ,000 |

Sumber: Data primer diolah

Penentuan Jumlah Faktor

Jumlah faktor yang akan dibentuk ditentukan dengan melakukan kombinasi beberapa kriteria untuk mendapatkan jumlah faktor yang paling sesuai dengan data penelitian.

Tabel 3. Total Variance Explained

| Comp | Initial Eigenvalues | | | Extraction Sums of Squared Loadings | | | Rotation Sums of Squared Loadings | | |
|------|---------------------|---------------|--------------|-------------------------------------|---------------|--------------|-----------------------------------|---------------|--------------|
| | Total | % of Variance | Cumulative % | Total | % of Variance | Cumulative % | Total | % of Variance | Cumulative % |
| 1 | 9,659 | 53,659 | 53,659 | 9,659 | 53,659 | 53,659 | 6,284 | 34,909 | 34,909 |
| 2 | 1,240 | 6,890 | 60,549 | 1,240 | 6,890 | 60,549 | 3,747 | 20,817 | 55,726 |
| 3 | 1,051 | 5,838 | 66,386 | 1,051 | 5,838 | 66,386 | 1,919 | 10,661 | 66,386 |
| 4 | 0,931 | 5,175 | 71,561 | | | | | | |
| 5 | 0,885 | 4,919 | 76,480 | | | | | | |
| 6 | 0,680 | 3,780 | 80,260 | | | | | | |
| 7 | 0,539 | 2,995 | 83,255 | | | | | | |
| 8 | 0,467 | 2,594 | 85,849 | | | | | | |
| 9 | 0,456 | 2,534 | 88,383 | | | | | | |
| 10 | 0,334 | 1,855 | 90,238 | | | | | | |
| 11 | 0,311 | 1,727 | 91,965 | | | | | | |
| 12 | 0,304 | 1,691 | 93,656 | | | | | | |
| 13 | 0,265 | 1,473 | 95,129 | | | | | | |
| 14 | 0,227 | 1,259 | 96,388 | | | | | | |
| 15 | 0,200 | 1,112 | 97,500 | | | | | | |
| 16 | 0,190 | 1,055 | 98,555 | | | | | | |
| 17 | 0,147 | 0,814 | 99,370 | | | | | | |
| 18 | 0,113 | 0,630 | 100,000 | | | | | | |

Sumber: Data primer diolah

Kriteria pertama yang digunakan adalah nilai *Eigenvalues*. Faktor yang mempunyai nilai *Eigenvalues* lebih dari 1 akan dipertahankan dan faktor yang mempunyai nilai *Eigenvalues* kurang dari 1 tidak akan diikutsertakan dalam model. Dari Tabel diatas diperoleh nilai *Eigenvalues* yang lebih besar dari 1 dengan kriteria ini diperoleh jumlah faktor yang digunakan adalah 3 faktor.

Kriteria kedua adalah penentuan berdasarkan nilai persentase variansi total yang dapat dijelaskan oleh banyaknya faktor yang akan dibentuk. Dari Tabel diatas dapat dilakukan interpretasi yang berkaitan dengan variansi total kumulatif sampel. Jika variabel-variabel itu diringkas menjadi beberapa faktor, maka nilai total variansi yang dapat dijelaskan adalah sebagai berikut.

1. Jika 18 Variabel Indikator diekstraksi menjadi 1 faktor, diperoleh variansi total yang dapat dijelaskan adalah $9,659 / 18 \times 100\% = 53,659\%$. yang berarti faktor variabel indikator yang termasuk kedalam faktor pertama menjelaskan sebanyak 53,659%
2. Jika 18 variabel Indikator diekstraksi menjadi 2 faktor, diperoleh variansi total yang dapat dijelaskan adalah $1,240 / 18 \times 100\% = 6,890\%$, yang berarti faktor variabel indikator yang termasuk kedalam faktor pertama menjelaskan sebanyak 6,890%, dan variansi total kumulatif untuk 2 faktor adalah $53,659\% + 6,890\% = 60,549\%$

3. Jika 18 Variabel Indikator diekstraksi menjadi 3 faktor, diperoleh variansi total yang dapat dijelaskan adalah $1,051/10 \times 100\% = 5,838\%$, yang berarti faktor variabel indikator yang termasuk kedalam faktor pertama menjelaskan sebanyak 5,838%, dan variansi total kumulatif untuk 3 faktor adalah $53,659\% + 6,890\% + 5,838\% = 66,386\%$

Mengekstraksi 18 Variabel indikator diawal menjadi 3 faktor telah dihasilkan variansi total kumulatif yang cukup besar yaitu 66,386%, artinya dari 3 faktor yang terbentuk sudah dapat mewakili 18 variabel indikator keputusan wisatawan backpacker dalam memilih hostel di kota Bandung yang menjelaskan kira-kira sebesar 66,386% keputusan pemilihan hostel. Dengan demikian ekstraksi 3 faktor yang diperoleh telah dapat memenuhi kriteria kedua.

Komunalitas

Komunalitas pada dasarnya adalah jumlah variansi dari suatu variabel yang bisa dijelaskan oleh faktor yang ada. Lebih lengkapnya dapat dilihat dalam Tabel berikut ini:

Tabel 4. Communalities

| Communalities | | |
|---------------|---------|------------|
| | Initial | Extraction |
| Harga 1 | 1,000 | ,641 |
| Harga 2 | 1,000 | ,708 |
| Promosi 1 | 1,000 | ,598 |
| Promosi 2 | 1,000 | ,740 |
| Fasilitas 1 | 1,000 | ,660 |
| Fasilitas 2 | 1,000 | ,731 |
| Fasilitas 3 | 1,000 | ,736 |
| Kelamanan 1 | 1,000 | ,725 |
| Kelamanan 2 | 1,000 | ,626 |
| Kelamanan 3 | 1,000 | ,608 |
| Lokasi 1 | 1,000 | ,532 |
| Lokasi 2 | 1,000 | ,578 |
| Lokasi 3 | 1,000 | ,744 |
| Ulasan Tamu 1 | 1,000 | ,586 |
| Ulasan Tamu 2 | 1,000 | ,847 |
| Ulasan Tamu 3 | 1,000 | ,478 |
| Ulasan Tamu 4 | 1,000 | ,696 |
| Ulasan Tamu 5 | 1,000 | ,715 |

Extraction Method: Principal Component Analysis.

Sumber: Data primer diolah

Rotated Component Matrix

Proses perotasian pada hasil penelitian ini bertujuan adalah untuk mendapatkan faktor-faktor dengan *factor loading* yang cukup jelas untuk interpretasi. Komponen matriks rotasi (*rotated component matrix*) adalah matriks korelasi yang memperlihatkan distribusi variabel yang lebih jelas dan nyata dibandingkan component matrix.

Tabel 5. Rotated Component Matrix

| Varibel Indikator | Component | | | Eliminasi |
|-------------------|-----------|--------|--------|-----------|
| | 1 | 2 | 3 | |
| Harga 1 | | 0,767 | | |
| Harga 2 | 0,632 | | | |
| Promosi 1 | | 0,567 | | |
| Promosi 2 | | 0,754 | | |
| Fasilitas 1 | 0,733 | | | |
| Fasilitas 2 | 0,811 | | | |
| Fasilitas 3 | 0,827 | | | |
| Keamanan 1 | 0,800 | | | |
| Keamanan 2 | 0,663 | | | |
| Keamanan 3 | 0,695 | | | |
| Lokasi 1 | 0,601 | | | |
| Lokasi 2 | | 0,531 | | |
| Lokasi 3 | | 0,683 | | |
| Ulasan Tamu 1 | | 0,596 | | |
| Ulasan Tamu 2 | | | 0,890 | |
| Ulasan Tamu 3 | 0,495 | | | Eliminasi |
| Ulasan Tamu 4 | 0,679 | | | |
| Ulasan Tamu 5 | 0,650 | | | |
| Total | 6,284 | 3,747 | 1,919 | |
| % of Variance | 34,909 | 20,817 | 10,661 | |
| Cumulative % | 34,909 | 55,726 | 66,386 | |

Sumber: Data primer diolah

3.2 Pembahasan

Segi harga (price), hostel dianggap memiliki harga yang *budget-oriented*. Hal tersebut dilihat dari respon penilaian responden yang mendapat nilai yaitu berjumlah 736. Responden setuju bahwa hostel di Kota Bandung menawarkan harga yang lebih murah dari akomodasi hotel lain di Kota Bandung serta memiliki fasilitas yang ditawarkanpun sesuai. Dari segi promosi sebuah hostel, nilai yang diperoleh yaitu berjumlah 745. Penelitian ini melibatkan 95 responden dihitung dengan menggunakan rumus Heir yang merupakan pengunjung dan juga wisatawan backpacker yang telah menginap di hostel yang berbeda-beda. Responden diminta untuk memberikan penilaian mereka terhadap enam faktor yang dianggap relevan dalam pemilihan hostel. Keenam faktor tersebut belum dijelaskan secara rinci dalam teks. Setelah menganalisis data yang diperoleh, penelitian ini menyimpulkan bahwa pengunjung atau wisatawan backpacker memberikan penilaian yang baik terhadap faktor-faktor yang diajukan. Dalam hal ini, faktor ulasan tamu menempati posisi paling tinggi dalam mempengaruhi pengunjung dalam memilih akomodasi hostel. Informasi ini dapat memberikan wawasan penting bagi industri perhotelan dalam mengembangkan strategi pemasaran dan meningkatkan kualitas layanan mereka. Dengan memahami bahwa faktor ulasan tamu memiliki pengaruh yang signifikan dalam keputusan pengunjung, sebuah hostel dapat memberikan pelayanan serta fasilitas dan keadaan hostel yang selalu baik. Responden rata-rata memilih sebuah akomodasi hostel karena adanya potongan harga serta diskon yang sangat berpengaruh pada pemesanan akomodasi hostel sendiri, Maka dari itu, hostel dikatakan sebagai akomodasi yang memiliki *budget-oriented* karena harga

yang sangat jauh lebih murah dari hotel lain di Kota Bandung. Berdasarkan hasil penelitian yang dilakukan, peneliti menyimpulkan bahwasanya faktor ulasan tamu menjadi faktor yang paling tinggi dalam pemilihan Hostel bagi wisatawan backpacker. Pada penelitian yang dilakukan Manik, Suwena, Suardana (2016), mengatakan bahwa faktor pendorong wisatawan backpacker datang kesuatu kota ada pada faktor harga yang *affordable*. Selanjutnya, penelitian yang dilakukan Menuh (2016) sejalan dengan karakteristik wisatawan backpacker yang di dominasi oleh perempuan. Namun, hasil penelitian yang dilakukan oleh Ginting, R. S., & Amalia, A. (2023) menyatakan hasil yang berbeda diantara beberapa faktor yang dimasukkan kedalam indikator penelitian, penelitian yang dilakukannya menyatakan faktor yang paling dominan pengaruhnya atau paling berpengaruh adalah lokasi. Selain itu, adapun hasil penelitian yang dilakukan oleh Oktavia, N. R. (2019) yang menyatakan hasil yang berbeda diantara beberapa faktor yang dimasukkan kedalam indikator penelitian, penelitian yang dilakukannya menyatakan faktor yang paling dominan pengaruhnya atau paling berpengaruh adalah harga. Wisatawan lebih memilih penginapan dengan harga yang terjangkau agar sesuai dengan kondisi keuangannya. Penelitian selanjutnya yang dilakukan oleh Ervina, E., Indra, D., & Taufiq, R. (2021) yang menyatakan hasil dari penelitian yang dimana menemukan tiga alasan utama tamu memilih sebuah virtual hotel yang membagi menjadi 3 faktor, yaitu promosi, kemudahan akses lokasi, dan jaringan atau rantai hotel yang luas.

4. Kesimpulan

Berdasarkan hasil penelitian pada pemilihan sebuah akomodasi hostel, terdapat beberapa faktor yang mempengaruhi keputusan wisatawan. Faktor internal meliputi minat, preferensi, persepsi, harga dan pelayanan. Faktor eksternal mencakup lokasi dan adanya marketing strategi, serta promosi merupakan faktor utama pada variabel keputusan pembelian. Untuk memastikan variabel yang memadai untuk analisis, digunakan Measure of Sampling Adequacy (MSA) dengan nilai lebih dari 0,5. Selanjutnya, dilakukan pengujian dengan Kaiser-Meyer-Olkin (KMO) dan Bartlett's Test untuk menentukan apakah analisis faktor tepat digunakan. Hasilnya menunjukkan analisis faktor tepat dengan 3 faktor yang menjelaskan sekitar 66,386% keputusan pemilihan hostel. Faktor yang mempengaruhi pemilihan hotel meliputi lokasi, harga, fasilitas, keamanan, ulasan tamu dan promosi. Selain itu, karakteristik pengunjung seperti jenis kelamin, usia, pendapatan, intensitas menginap, durasi menginap, partner menginap, juga memainkan peran penting dalam pemilihan sebuah akomodasi hostel. Dengan memperhatikan faktor-faktor ini, hostel dapat meningkatkan pengalaman pengunjung dan memenuhi preferensi dan harapan para wisatawan khususnya wisatawan backpacker. Selain itu, faktor yang menjadi penentu wisatawan memilih akomodasi hostel adalah faktor ulasan tamu yang berperan penting didalam keputusan pemilihan. Keterbatasan dalam penelitian ini adalah kurangnya terfokus pada promosi yang dapat dilakukan oleh hostel agar hostel semakin dikenal dikalangan wisatawan backpacker, agar mereka dapat dengan yakin memilih hostel sebagai tempat penginapan ketika sedang melakukan perjalanan backpacking di Kota Bandung. Sehingga, saran peneliti untuk peneliti berikutnya adalah untuk mengkaji pengaruh keputusan wisatawan yang dimoderasi oleh faktor promosi hostel.

Daftar Pustaka

- Annishia, F. B., & Prastiyo, E. (2019). Pengaruh Harga Dan Fasilitas Terhadap Keputusan Menginap Tamu Di Hotel Best Western Premier The Hive Jakarta. *Jurnal Hospitality Dan Pariwisata*, 4(1), 19-28.
- Benedicta, H. L. Redesain Hotel Grand Sumatra Sebagai Hotel Backpacker Dengan Konsep Nuansa Indonesia Dan Eco Green Living.
- Ervina, E., Indra, D., & Taufiq, R. (2021, March). Critical Success Factors (CSFs) on virtual hotel operators in Bandung city. In *IOP Conference Series: Earth and Environmental Science* (Vol. 704, No. 1, p. 012012). IOP Publishing.
- Ervina, E., & Octaviany, V. (2017). Visitor Behavior at Theme Parks as an Urban Tourism in the City of Bandung, Indonesia. *Journal of Business on Hospitality and Tourism*, 2(1), 131-142.
- Gondokesumo, R., Caroline, N., & Wijaya, S. (2018). Pengaruh Bauran Pemasaran Terhadap Keputusan Pembelian Wisatawan Backpacker Dalam Memilih Sebuah Hostel Di Bali. *Jurnal Hospitality dan Manajemen Jasa*, 6(2).
- Hanum, Z., & Hidayat, S. (2017). Faktor-faktor yang mempengaruhi perilaku konsumen dalam keputusan pembelian sepatu merek nike di kota Medan. *Jurnal Bis-A: Jurnal Bisnis Administrasi*, 6(1), 37-43.
- Kurniawan, R., & Lim, J. (2022). Analisis Faktor Yang Mempengaruhi Konsumen Terhadap Keputusan Pemilihan Hotel (Studi Pada Hotel Nagoya Hill Batam). *Jesya (Jurnal Ekonomi dan Ekonomi Syariah)*, 5(2), 1227-1237.
- Latasi, A. D. L. (2019). YOUTH HOSTEL DI BACIRO, YOGYAKARTA Penekanan Desain Hostel Rendah Biaya Pada Bangunan Indis Dengan Menggunakan Metode Blue Ocean-Strategy YOUTH HOSTEL AT BACIRO, YOGYAKARTA. Design Emphasize On Low Budget Hostel Of Indische Building By Blue Ocean-Strategy Methods.
- Manik, G., Suwena, I. K., & Suardana, I. W. (2016). Faktor pendorong dan penarik wisatawan backpacker mancanegara berwisata ke Bali. *Jurnal IPTA ISSN*, 2338, 8633.
- Menuh, N. N. (2016). Karakteristik Wisatawan Backpacker Dan Dampaknya Terhadap Pariwisata Kuta, Bali. *Jurnal Master Pariwisata*, 2(2), 177-188.
- Mulyadi, M. (2011). Penelitian kuantitatif dan kualitatif serta pemikiran dasar menggabungkannya. *Jurnal studi komunikasi dan media*, 15(1), 128-137.
- Nanlohy, A. Y., & Dedyatama, D. P. (2023). Alternatif Metode Wisata Backpacker Pasca Pandemi Di Karimun Jawa. *Gemawisata: Jurnal Ilmiah Pariwisata*, 19(1), 40-48.
- Oktavia, N. R., 2019. Analisis Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Wisatawan Backpacker Dalam Pemilihan Hotel Budget Di Kota Bandung Tahun 2019. *Eproceedings Of Management*, P. 95.
- Sudiarta, I. N., & Suwintari, I. G. A. E. (2020). PENGARUH PELAYANAN DAN FASILITAS HOMESTAY CANGGU TERHADAP KEPUASAN BACKPACKER. *Jurnal Ilmiah Hospitality Management*, 11(1), 24-35.
- Sutisna, I. (2021). Teknik analisis data penelitian kuantitatif. *ARTIKEL*, 1(4610).

Tonda, F., & Tyas, T. S. N. (2022). Literature Review Determinasi Perilaku Konsumen: Kebudayaan, Sosial Dan Pribadi. *Jurnal Manajemen Pendidikan Dan Ilmu Sosial*, 3(2), 509-519.

Yuniati, N. (2022). Model Perilaku Wisatawan Domestik Dalam Memilih Hotel Hijau. *ULIL ALBAB: Jurnal Ilmiah Multidisiplin*, 1(8), 2370-2