

# PERBANDINGAN HARAPAN PRIA DAN WANITA DALAM MEMILIH HOTEL BINTANG 4 DI INDONESIA

Liong Yenni, Tan Vinawati Tansil, Sienny Thio

Manajemen Perhotelan, Universitas Kristen Petra, Surabaya, Indonesia

**Abstrak:** Penelitian ini dilakukan untuk mengetahui lebih jauh mengenai perbedaan harapan pria dan wanita dalam memilih hotel bintang 4 di Indonesia ditinjau dari segi atribut hotel. Industri perhotelan kini mulai bersaing ketat dalam menjadi pilihan utama bagi tiap tamunya dengan menyediakan atribut yang tamu harapkan ada di hotel tersebut. Atribut-atribut yang ada dalam sebuah hotel turut menentukan harapan pria dan wanita ketika menginap di sebuah hotel bintang 4. Teknik analisa yang digunakan dalam penelitian ini adalah statistik deskriptif dan melakukan *independent sample t-test* untuk mendeskripsikan harapan pria dan wanita dalam memilih hotel. Hasil penelitian menunjukkan bahwa terdapat perbedaan signifikan antara pria dan wanita dalam memilih hotel bintang 4 di Indonesia.

## **Kata kunci:**

Harapan, Pria, Wanita, Atribut Hotel

**Abstract:** *This research is accomplished to explore more about the difference expectations between men and women in choosing 4 star hotel in Indonesia based on hotel's attributes. Nowadays hotel industries already get in a tight competition to be a main choice for guests with providing the attributes guest want to have in that hotel. Those attributes do a matter for creating men and women's expectation. The analysis technique used statistic descriptive and used independent sample t-test to describe the expectations of men and women. The result shows that there is a significant difference between men and women expectations in choosing 4 star hotel in Indonesia.*

## **Keywords:**

*Expectations, Men, Women, Hotel attributes*

## **Pendahuluan**

Dewasa ini, bisnis perhotelan di Indonesia menunjukkan kemajuan yang semakin pesat. Hal ini terbukti dengan semakin meningkatnya Tingkat Penghunian Kamar (TPK). Menurut data dari Badan Pusat Statistik (BPS), TPK rata-rata pada hotel berbintang di Indonesia pada tahun 2012 telah mencapai 53,10%. Angka tersebut lebih tinggi 0,28% dibandingkan TPK hotel berbintang tahun 2011 (52,82%).

Sebagai akibat dari meningkatnya TPK, maka jumlah hotel berbintang yang dibangun di Indonesia pun semakin meningkat pula. Hal ini didukung oleh data dari BPS yang menunjukkan bahwa jumlah hotel berbintang di Indonesia tahun 2012 lebih banyak 134 unit dibandingkan tahun 2011.

Menurut Anshori (2005), pada dasarnya hampir semua hotel memiliki fasilitas sama, yang membedakan satu hotel dengan hotel lainnya salah satunya adalah kualitas pelayanan yang dimiliki. Pihak hotel pun akhirnya saling berlomba untuk memberikan pelayanan terbaik dan paling memuaskan untuk mempertahankan konsumennya. Secara tidak langsung, pihak hotel diwajibkan untuk memiliki kelebihan-kelebihan yang membedakan antara satu dengan yang lainnya. Keunggulan atau kelebihan yang dipunyai oleh masing-masing hotel harus diterapkan, ditingkatkan, dan dipertahankan agar hotel tersebut mampu bertahan dalam persaingan di dunia perhotelan. Berbagai cara dilakukan oleh pihak hotel untuk memuaskan harapan konsumen, baik dengan cara meningkatkan sarana dan prasarana, fasilitas yang lebih komplis ataupun sumber daya manusia yang lebih berkualitas. Setiap konsumen memiliki harapan tersendiri ketika menginap di hotel berbintang. Konsumen yang menginap di hotel berbintang satu tentu saja akan memiliki harapan yang berbeda ketika menginap di hotel berbintang empat. Menurut Anshori (2010, p. 33), konsumen hotel berbintang empat dan lima cenderung *demanding* ketika menginap di hotel, karena pada umumnya memiliki strata sosial yang tinggi, baik di perusahaan maupun di kehidupan sosial. Di samping itu, konsumen merasa membayar harga kamar yang lebih mahal, sehingga konsumen cenderung menuntut pelayanan dan fasilitas yang bagus. Tetapi akan sangat memalukan apabila mendapatkan fasilitas atau pelayanan yang kurang bagus ketika menginap di hotel di bawah bintang empat.

Kotler (2006) menunjukkan bahwa segmentasi pasar berdasarkan *gender* sudah mulai digunakan di industri perhotelan sekarang ini. Sekarang wanita mewakili sebuah segmen pasar yang sangat penting. Industri perhotelan sekarang sudah mulai mengambil wanita sebagai pertimbangan dalam mendesain ruangan hotelnya termasuk *lobby bar*, fasilitas *fitness*, dan dekorasi ruangan.

Berdasarkan penelitian yang dilakukan oleh Lesmana dan Dionisius (2007), menyatakan bahwa secara keseluruhan terbukti terdapat perbedaan yang signifikan antara harapan *businesswomen* dan *businessmen*. Saat dilakukan pengujian secara individual diketahui bahwa *businesswomen* dan *businessmen* mempunyai harapan yang berbeda dalam atribut kenyamanan fasilitas makan, periklanan dan lahan parkir.

Selain itu dalam artikel yang ditulis oleh Yulianti (2012), mengenai sebuah survei yang dihelat situs *Hotels.com* menyatakan bahwa fasilitas-fasilitas yang paling diminta tamu pria pada saat menginap di hotel adalah kemewahan seperti semir sepatu dan pusat kebugaran gratis sedangkan wanita cenderung mendambakan fasilitas *toilettries* mewah kreasi desainer dan layanan pemeliharaan kamar yang memuaskan. Dari penjelasan tersebut, dapat dikatakan bahwa, pria dan wanita memiliki keinginan dan harapan yang berbeda ketika menginap di sebuah hotel.

Ketika tamu menginap di hotel, maka akan sangat memperhatikan atribut-atribut yang ada pada hotel tersebut. Atribut-atribut yang ada pada hotel sangatlah penting, karena konsumen cenderung membandingkan atribut-atribut yang ada pada hotel yang satu dengan hotel yang lainnya kemudian menentukan hotel mana yang terbaik. Dari hasil riset yang dilakukan oleh Marriott, didapati karakteristik-karakteristik yang dibagi ke dalam 7 atribut yang mempunyai derajat utilitas tertinggi, yaitu: faktor eksternal, kamar-kamar, layanan berkenaan dengan makanan, fasilitas ruang tamu, layanan, fasilitas relaksasi, dan keamanan (Yazid,

1999, p. 133). Apabila pihak hotel dapat memenuhi apa yang menjadi harapan konsumennya, maka dapat menjadi nilai tambah tersendiri bagi pihak hotel.

Selain berdasarkan penelitian sebelumnya, penulis juga telah melakukan wawancara awal terhadap 2 orang pria dan 2 orang wanita yang umurnya di atas 20 tahun dan telah bekerja dimana terdapat bahwa responden tersebut cenderung menyukai adanya fasilitas rekreasi seperti adanya tempat *fitness*; dan adanya fasilitas tambahan cuma-cuma seperti koran atau majalah bola. Di sisi lain, wawancara terhadap 2 orang wanita yang pernah menginap di hotel berbintang dengan umur di atas 20 tahun dan merupakan pegawai di suatu perusahaan, menyatakan cenderung menyukai adanya fasilitas keamanan seperti adanya kamera CCTV; adanya fasilitas dasar seperti *furniture* yang terawat dan bersih; dan harga yang murah.

## **RANGKUMAN KAJIAN TEORITIK**

### **Harapan**

Menurut Hill (2002, p. 45), harapan adalah apa yang konsumen pikirkan harus disediakan oleh penyedia jasa.

### **Perbedaan pria dan wanita**

Antara otak pria dan wanita memang terdapat beberapa perbedaan baik secara anatomi. Hal inilah yang mendasari terjadinya perbedaan dalam pola pikir dan tindakan pria dan wanita. Secara fisik, otak pria lebih besar daripada otak wanita. Karena itu, pria kurang mampu memindahkan fungsi dari satu area otak ke area lain, tetapi mudah memindahkan informasi ke sisi lain otak. Pria mudah menangkap pokok masalah dan lebih fokus pada solusi. Sedangkan otak wanita yang memang lebih kecil daripada otak pria, tetapi lebih banyak memiliki bagian yang bertanggung jawab untuk berkomunikasi antar bagian. Inilah yang menyebabkan wanita bisa melakukan berbagai pekerjaan sekaligus (As'adi, 2011, pp. 93-94).

Kepribadian seorang wanita merupakan suatu kesatuan yang terintegrasikan antara aspek-aspek emosionalitas, rasio dan suasana hati. Biasanya kesatuan ini pada wanita begitu kuat hingga menyebabkan logika berpikirnya dikuasai oleh kesatuan tersebut. Karena itu, wanita seolah-olah berpikir dengan mengikutsertakan perasaan dan tak ketinggalan pula suasana hatinya. Apabila kesedihan sedang meliputi dirinya, pikirannya terhambat oleh kegelapan suasana hati dan sulit memperoleh penyelesaian persoalan. Pikiran, perasaan, dan kemampuan yang erat berhubungan satu sama lain menyebabkan kaum wanita cepat mengambil tindakan atas dasar emosinya.

Kelaki-lakian seseorang juga tidak dapat ditentukan oleh bentuk fisik saja. Memang bukan sekedar penampilan kelakian yang menunjukkan hakikat laki-laki. Seorang laki-laki dikenal kejantanannya dari kewibawaan, sikap, dan cara pria menyinarikan pengaruhnya. Laki-laki juga menunjukkan kejantanannya melalui ciri-ciri kepribadiannya.

Kepribadian seorang laki-laki menunjukkan adanya pembagian dan pembatasan yang jelas antara pikiran, rasio dan emosionalitas. Jalan pikirannya tidak dikuasai emosi, perasaan, maupun suasana hati. Perhatiannya lebih banyak tertuju pada pekerjaan dengan kecenderungan mementingkan keseluruhan dan kurang memperhatikan hal kecil.

Laki-laki dalam aktivitasnya lebih agresif, lebih aktif, dan tidak sabar. Karena itu, sifat laki-laki cenderung untuk tidak mau menunggu, kurang tekun, serta kurang tabah dalam menghadapi kesulitan hidup dan lekas putus asa. Laki-laki cenderung lebih banyak berinisiatif, keras, dan tegas. Segala hal yang masuk akal jauh lebih dipentingkan daripada yang tidak nyata (Singgih & Yulia, pp. 25-26, 2012).

#### **Hotel Bintang 4**

Menurut Stutts & Wortman (2006, p.8), hotel bintang 4 merupakan bangunan yang memiliki kamar-kamar yang lebih besar dari rata-rata; perabotannya berkualitas tinggi; stafnya sudah terlatih dengan baik, sopan, dan sabar untuk memberikan segala yang dibutuhkan oleh tamu; komplain tamu sangat minimal; dan *memorable experience*.

#### **Produk dan Jasa Hotel**

Menurut Kotler dan Keller (2007, p. 4), produk adalah segala sesuatu yang dapat ditawarkan ke pasar untuk memuaskan keinginan atau kebutuhan. Sementara itu menurut Lovelock (2008), jasa adalah tindakan atau kinerja yang menciptakan manfaat bagi konsumen dengan mewujudkan perubahan yang diinginkan dalam diri penerima jasa.

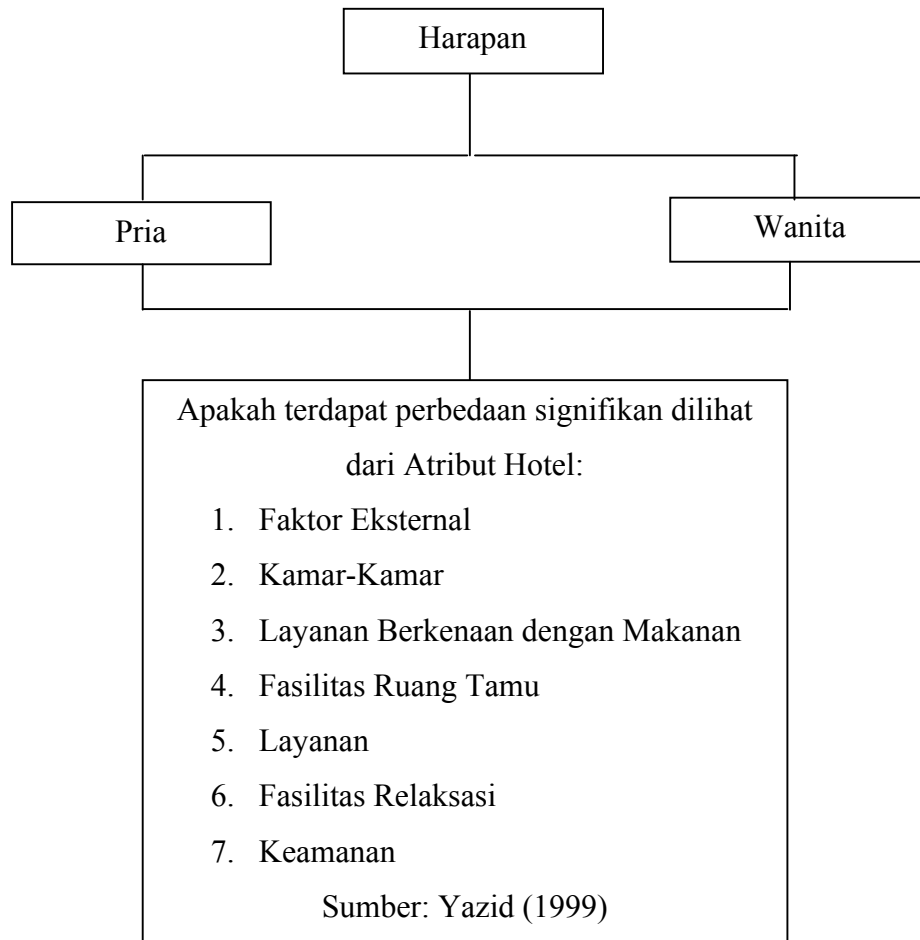
Dari hasil riset yang dilakukan oleh Marriott (1999), didapati ada tujuh atribut hotel yang mempunyai derajat utilitas tinggi, yaitu:

1. Faktor Eksternal  
Merupakan pengaruh-pengaruh yang berasal dari luar kontrol atas bangunan (O'Shannessy & Minett, 2003, p. 275).
2. Kamar-Kamar  
Merupakan produk utama dalam tiap hotel. Tujuan utama hotel ialah untuk menyediakan akomodasi. Dan kamar tidur merupakan salah satu unit akomodasi tersebut (Ismail, 2002, p. 12).
3. Layanan Berkenaan dengan Makanan  
Merupakan kegiatan yang sangat kompleks seperti melaksanakan usaha pengembangan produk makanan dan minuman, merencanakan kegiatan-kegiatan yang dapat menarik tamu untuk makan dan minum di restoran hotel, dan sebagainya (Sulastiyono, 2001).
4. Fasilitas Ruang Tamu  
Merupakan pusat segala aktivitas di hotel, dimana lobby harus memberikan akses ke segala arah menuju ke berbagai ruang di dalam hotel. (Triningsih, 2010, p.163)
5. Layanan  
Merupakan model layanan yang merupakan kesatuan dari tiga unsur, yaitu: produk (barang dan/atau jasa layanan), perilaku dan sikap, serta suasana lingkungan, dimana ketiga unsur tersebut harus dapat memenuhi kebutuhan-kebutuhan dan tujuan-tujuan tamu menginap (Sulastiyono, 2001).
6. Fasilitas Relaksasi  
Merupakan fasilitas yang menawarkan cara untuk mengontrol stress atau memberikan contoh gaya hidup sehat (Poespitasari, 2006).

## 7. Keamanan

Merupakan proses serta hasil layanan umum yang dapat memberikan keamanan dan kenyamanan. (Hasyim, 2004, p.12).

### Kerangka Pemikiran



### Tujuan Penelitian

1. Untuk mengetahui bagaimana harapan pria dan wanita dalam memilih hotel bintang 4 di Indonesia ditinjau dari segi atribut hotel.
2. Untuk mengetahui apakah terdapat perbedaan signifikan antara harapan pria dan wanita dalam memilih sebuah hotel bintang 4 di Indonesia ditinjau dari segi atribut hotel.

### Hipotesis

Terdapat perbedaan signifikan antara harapan pria dan wanita dalam memilih hotel bintang 4 ditinjau dari segi atribut.

### METODE PENELITIAN

Dalam penelitian ini, bentuk penelitian yang digunakan oleh penulis adalah penelitian kuantitatif yang bersifat deskriptif. Penulis meneliti mengenai

perbedaan harapan pria dan wanita dalam memilih sebuah hotel bintang 4 di Indonesia ditinjau dari segi atribut hotel.

Penelitian kuantitatif merupakan penelitian yang terstruktur dan mengkuantifikasikan data untuk dapat digeneralisasikan (Anshori & Iswati, 2009, p. 13).

### **Gambaran Populasi dan Sampel**

Menurut Sugiyono (2003, p. 45), populasi adalah jumlah dari keseluruhan obyek (satuan-satuan atau individu) yang karakteristiknya hendak diduga. Populasi dalam penelitian ini adalah masyarakat Indonesia yang berada di Surabaya. Dan sampel adalah suatu himpunan bagian (*subset*) dari unit populasi (Kuncoro, 2009, p. 118)

### **Teknik Pengumpulan Data**

Metode pengambilan sampel yang digunakan adalah *non probability sampling*. *Non probability sampling* adalah teknik pengambilan sampel yang tidak memberi peluang atau kesempatan sama bagi setiap unsur atau anggota populasi untuk dipilih menjadi sampel (Anshori & Iswati, 2009, p. 105). Sementara itu, teknik pengambilan sampel yang akan digunakan adalah *sampling kuota*, hal ini dikarenakan penulis memilih anggota sampel dari populasi yang mempunyai ciri-ciri tertentu sampai jumlah (kuota) yang diinginkan. Menurut Susila & Fatchurrohman (2004, p. 88), “ukuran sampel minimum dalam suatu penelitian adalah sebanyak 100 responden”. Oleh karena itu, penulis merencanakan mengambil sampel sebanyak 200 responden, yaitu 100 responden wanita dan 100 responden pria. Jumlah responden tersebut sudah dianggap cukup oleh penulis mengingat jumlah responden minimum adalah 100 orang.

Ciri-ciri yang menjadi dasar pemilihan responden adalah:

- a. Memiliki penghasilan minimal Rp 2.000.000,00 per bulan
- b. Berusia minimal 20 tahun

Menurut Erikson, pada usia 20-35 tahun seseorang memasuki fase *intimacy versus isolation*, dimana seseorang mulai mendapatkan tantangan terbesar dalam masa dewasa mudanya, yaitu dengan mencapai keintiman, dan tugas-tugas yang berkaitan dengan banyak peran dan memikirkan orang lain. Di fase ini, pilihan-pilihan penting sudah dibuat, yaitu dalam memilih pasangan dan sebuah karir yang mana akan diusahakan untuk dibangun (dalam Jerry & Pauline, 2011).

- c. Minimal pernah menginap 1 kali di hotel berbintang.

### **Jenis dan Sumber Data**

Dalam penelitian ini, penulis mengumpulkan data dari:

- a. Data Primer

Merupakan data yang dikumpulkan sendiri oleh penulis dari sumber pertama atau tempat objek penelitian dilakukan (Siregar, 2013, p. 37). Data primer didapat dari kuesioner yang dibagikan kepada masyarakat Indonesia yang berada di Kota Surabaya yang berusia minimum 20 tahun dengan pendapatan minimal Rp 2.000.000,00 per bulan dan minimal pernah menginap 1 kali di hotel berbintang.

b. Data Sekunder

Merupakan data yang telah dikumpulkan oleh lembaga pengumpul data dan dipublikasikan kepada masyarakat pengguna data (Kuncoro, 2009, p. 148). Data sekunder diperoleh dari berbagai literatur, artikel, dan jurnal yang bisa diperoleh dari perpustakaan maupun internet. Menurut Hardiyanti (2006, p. 134), kajian pustaka memiliki manfaat sebagai berikut:

1. Menggali konsep dasar.
2. Mengikuti perkembangan penelitian.
3. Memperoleh orientasi yang lebih luas.
4. Memanfaatkan data sekunder.
5. Menghindari duplikasi penelitian.

### **Metode Pengumpulan Data**

Dalam penelitian ini, pengumpulan data primer akan dilakukan melalui metode survei, yaitu dengan membagikan kuesioner. Penulis juga menggunakan skala *likert* untuk mengukur variabel-variabel pada atribut hotel. Spesifikasi pertanyaan yang terkandung dalam kuesioner adalah *screening question*, profil responden, dan harapan pria dan wanita dari segi atribut hotel.

### **Variabel dan Definisi Operasional Variabel**

Dalam penelitian ini, definisi operasional variabel yang digunakan adalah:

1. Harapan

Harapan adalah keinginan baik pria maupun wanita dalam memilih hotel berbintang 4 di Indonesia ditinjau dari segi atribut hotel. Harapan ini mencakup 7 kategori atribut hotel.

2. Atribut Hotel

Menurut McLeary, Weaver, dan Lan, atribut-atribut hotel adalah kriteria-kriteria umum dalam pemilihan sebuah hotel yang sama pentingnya dengan aspek keamanan dan keselamatan termasuk tersedianya fasilitas dan layanan lainnya yang lebih spesifik (dalam Lesmana dan Dionisius, 2007). Dapat disimpulkan produk hotel yang berupa fisik dan jasa atau layanan, serta termasuk juga tempat, orang, organisasi, kegiatan dan ide juga bisa dikatakan sebagai atribut-atribut yang dimiliki oleh hotel. Dari hasil riset yang dilakukan oleh Marriott (1999), didapati karakteristik-karakteristik yang dibagi ke dalam 7 atribut, yaitu:

a. Faktor Eksternal

Merupakan pengaruh-pengaruh yang berasal dari luar kontrol atas bangunan.

Indikator empirik:

1. Bentuk bangunan hotel yang menarik
2. Pemandangan di sekitar hotel yang menarik
3. Tempat parkir yang luas
4. Lokasi hotel yang strategis (dekat dengan pusat perbelanjaan, ATM Center, dan lain-lain)

b. Kamar-Kamar

Merupakan produk utama dalam tiap hotel. Tujuan utama hotel ialah untuk menyediakan akomodasi. Dan kamar tidur merupakan salah satu unit akomodasi tersebut.

Indikator empirik:

1. Ukuran kamar yang luas
2. Perabotan kamar yang mewah
3. Terdapat ventilasi udara yang memadai di kamar
4. Tersedianya pilihan kamar khusus untuk perokok dan kamar bebas asap rokok
5. Tersedianya kamar untuk tamu berkebutuhan khusus (*handicapped guest*) dikarenakan sakit atau cacat bawaan dari lahir
6. Tersedianya *ladies floor* (lantai yang seluruh kamarnya didesain hanya untuk wanita)

c. Layanan Berkenaan dengan Makanan

Merupakan kegiatan yang sangat kompleks seperti melaksanakan usaha pengembangan produk makanan dan minuman, merencanakan kegiatan-kegiatan yang dapat menarik tamu untuk makan dan minum di restoran hotel, dan sebagainya.

Indikator empirik:

1. Tersedianya beberapa jenis restoran di dalam hotel
2. Tersedianya kursi untuk balita di dalam restoran
3. Tersedianya layanan *room service* yang siaga 24 jam
4. Tersedianya menu untuk tamu berkebutuhan khusus (sakit, alergi, atau vegetarian)

d. Fasilitas Ruang Tamu

Merupakan pusat segala aktivitas di hotel, dimana *lobby* harus memberikan akses ke segala arah menuju ke berbagai ruang di dalam hotel.

Indikator empirik:

1. *Lobby* yang luas
2. *Lobby* yang nyaman
3. Tersedianya *lobby lounge* yang menjual makanan dan minuman
4. Tersedianya *wi-fi* di *lobby* yang mudah diakses
5. Tersedianya *live music* di *lobby lounge*
6. Penataan interior *lobby* yang menarik

e. Layanan

Merupakan model layanan yang merupakan kesatuan dari tiga unsur, yaitu: produk (barang dan/atau jasa layanan), perilaku dan sikap, serta suasana lingkungan, dimana ketiga unsur tersebut harus dapat memenuhi kebutuhan-kebutuhan dan tujuan-tujuan tamu menginap.

Indikator empirik:

1. Kemudahan reservasi via *online*
2. Tersedianya layanan khusus VIP (misal: *in-room check in*, *express check out* dan lain-lain.)
3. Tersedianya layanan antar-jemput ke bandara
4. Tersedianya layanan *vallet* gratis (jasa memarkirkan mobil)
5. Tersedianya layanan rental mobil untuk dalam dan luar kota
6. Tersedianya layanan *lobby shop* yang menjual berbagai kebutuhan sehari-hari, obat-obatan dan cinderamata
7. Tersedianya *business centre* yang membantu tamu dalam hal sekretarial (misal: fotokopi, faksimil, *printing* dan *scanning data*)



f. Fasilitas Relaksasi

Merupakan fasilitas yang menawarkan cara untuk mengontrol stress atau memberikan contoh gaya hidup sehat.

Indikator empirik:

1. Tersedianya kolam renang yang terpisah untuk dewasa dan untuk anak-anak
2. Tersedianya *playground* (tempat bermain anak-anak)
3. Tersedianya fasilitas spa dan sauna
4. Tersedianya lapangan olahraga (tennis, basket, dan lain-lain)
5. Tersedianya *fitness centre*
6. Tersedianya klub malam

g. Keamanan

Merupakan proses serta hasil layanan umum yang dapat memberikan keamanan dan kenyamanan.

Indikator empirik:

1. Tersedianya *security check* di gerbang depan
2. Tersedianya *security team* di pintu masuk *lobby*
3. Tersedianya lubang pengintai (*peephole*) di tiap kamar
4. Tersedianya kamera pengamatan (CCTV) selama 24 jam di area koridor kamar, *lobby*, dan tempat-tempat umum lainnya
5. Tersedianya kunci rantai (*Chain Lock*) atau berupa kunci pengait tambahan di kamar (*Double Lock*)
6. Tersedianya sistem pengamanan hotel di kamar (misal: alat pendeteksi asap, alat penyemprot air, APAR)
7. Penggunaan kunci elektronik (*key card*)
8. Tersedianya denah evakuasi dalam keadaan darurat di tiap pintu kamar

### Teknik Analisa Data

Untuk mengetahui apakah ada perbedaan antara harapan pria dan wanita dalam memilih hotel bintang maka analisa data sangat diperlukan. *Software* yang digunakan oleh penulis adalah SPSS (*Statistical Package for Social Sciences*) 16 for Windows. Para ahli ilmu sosial, terutama dalam penelitian sosial berskala besar, telah banyak dibantu oleh SPSS yang mempermudah peneliti dalam melakukan analisis terhadap beragam data kuantitatif (Hardiyanti, 2006, p. 136).

### Uji Validitas

Ada berbagai metode yang digunakan dalam uji validitas, seperti *product moment pearson* dan *loading factors*. Dalam penelitian ini, penulis akan menggunakan *loading factors*. Menurut Wijaya (2009), suatu instrumen dianggap valid apabila nilai *loading factors*nya melebihi 0.4.

### Uji Reliabilitas

Uji reliabilitas menggunakan *alpha Cronbach*. Menurut Ghazali (2001), bila hasil koefisien *Cronbach's alpha* lebih besar dari 0,6 maka instrumen penelitian (kuesioner) dapat dikatakan reliabel.

## **Analisa Statistik Deskriptif**

Menurut Jogiyanto (2007, p. 163), statistik deskriptif adalah statistik yang menggambarkan fenomena atau karakteristik dari data. Dalam penelitian ini, penulis akan mencari nilai rata-rata (*mean*), standar deviasi, dan interval kelas untuk membandingkan karakteristik-karakteristik dan informasi demografis antara pria dan wanita.

## **Uji Perbedaan**

Dalam penelitian ini, penulis menggunakan *Independent sample T-test* untuk menguji perbedaan di antara dua grup (pria dan wanita). *Independent sample T-test* merupakan teknik analisa data untuk membandingkan dua kelompok *mean* dari dua sampel yang berbeda. Teknik ini ingin mengetahui apakah ada perbedaan signifikan *mean* antara dua populasi, dengan membandingkan dua *mean* sampelnya. Tujuan penulis menggunakan teknik analisa ini adalah untuk dapat mengetahui apakah ada perbedaan signifikan harapan antara pria dan wanita dalam memilih hotel bintang 4 di Indonesia dari segi atribut hotel.

## **HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN**

### **Deskripsi Profil Responden**

#### **Jenis Kelamin**

Jumlah responden pria dan wanita dalam penelitian ini adalah sama, yaitu: 100 untuk masing-masing kategori. Hal ini dikarenakan penulis ingin membandingkan harapan antara pria dan wanita, sehingga jumlah pada masing-masing kategori sama.

#### **Usia**

Responden terbanyak berada pada usia 20-25 tahun, yaitu sebesar 91 responden. Selanjutnya 45 responden berusia 26-30 tahun, 25 responden berusia > 40 tahun, 22 responden berusia 31-35 tahun, dan 17 responden berada dalam kisaran usia 36-40 tahun.

#### **Pendapatan**

Diketahui sebanyak 135 responden memiliki pendapatan berkisar antara Rp 2.000.000,00 – Rp 4.999.999,00, sementara itu sebanyak 41 responden memiliki pendapatan Rp 5.000.000,00 – Rp 10.000.000,00, dan sebanyak 4 responden memiliki rata-rata pendapatan di atas Rp 10.000.000,00 per bulan.

#### **Pendidikan**

Terdapat sebanyak 150 responden memiliki pendidikan terakhir Strata 1 atau sederajat, 37 memiliki pendidikan terakhir SMU atau SMK, 12 pendidikan terakhir S2 atau S3, dan hanya 1 orang saja yang pendidikan terakhirnya adalah SMP atau sederajat.

#### **Pekerjaan**

Diketahui bahwa sebanyak 136 responden merupakan pegawai swasta, 27 responden memiliki pekerjaan sebagai wiraswasta, 18 responden merupakan

mahasiswa, 15 responden memiliki pekerjaan sebagai profesional (dokter, guru, dan lain-lain), 2 responden merupakan Pegawai Negeri Sipil, 1 responden adalah penginjil, dan 1 responden merupakan ibu rumah tangga.

### Lama Menginap Responden

Terdapat sebanyak 108 responden menginap di hotel selama 1-2 hari, 71 responden menginap di hotel selama 3-4 hari, 13 responden menginap di hotel selama 5-6 hari, dan sebanyak 8 responden menginap di hotel selama lebih dari 6 hari.

### Tujuan Menginap Responden

Terdapat sebanyak 130 responden menginap di hotel dengan tujuan berlibur, 59 responden menginap di hotel dengan tujuan untuk berbisnis, 4 responden menginap di hotel dengan tujuan mengikuti pembinaan/pelatihan gereja, 4 responden menginap di hotel dengan tujuan adanya acara keluarga, 2 responden menginap di hotel dengan tujuan untuk mengikuti seminar, dan sebanyak 1 responden menginap di hotel dengan tujuan untuk berobat.

### Hasil Uji Validitas

Dalam penelitian ini, penulis menyebar 30 kuesioner untuk menguji validitas data. Menurut Wijaya (2009). Apabila nilai *loading factors*nya melebihi angka 0.4, maka instrumen tersebut dapat dikatakan valid. Dari hasil uji validitas, didapatkan bahwa semua indikator dari 7 variabel (atribut hotel) tersebut dinyatakan valid.

### Hasil Uji Reliabilitas

Dalam penelitian ini, penulis menyebarkan 30 kuesioner untuk menguji reliabilitas kuesioner. Suatu instrumen dikatakan reliabel apabila nilai *alpha cronbach* melebihi 0,6 ( $> 0,6$ ). Berikut adalah hasil uji reliabilitas:

No.	Variabel	Cronbach's Alpha	Ket.
1	Faktor Eksternal	0.663	Reliabel
2	Kamar-kamar	0.723	Reliabel
3	Layanan berkenan dengan makanan	0.644	Reliabel
4	Fasilitas ruang tamu	0.616	Reliabel
5	Layanan	0.825	Reliabel
6	Fasilitas relaksasi	0.741	Reliabel
7	Keamanan	0.802	Reliabel

### Pembahasan

Setelah melihat *mean* pria dan *mean* wanita, serta hasil uji beda *independent sample t-test*. Maka dapat dikatakan bahwa pria dan wanita memiliki perbedaan harapan yang signifikan. Dalam analisa statistik deskriptif didapati

bahwa pria dan wanita berbeda dalam indikator pemandangan di sekitar hotel yang menarik, terdapat ventilasi udara yang memadai di kamar, tersedianya layanan antar-jemput ke bandara, tersedianya layanan *valet* gratis (jasa memarkirkan mobil), tersedianya *security team* di pintu masuk depan, dan penggunaan kunci elektronik. Sementara itu, dalam *independent sample t-test*, didapati bahwa harapan pria dan wanita berbeda secara signifikan dalam indikator tempat parkir yang luas, tersedianya *ladies floor*, tersedianya kursi untuk balita di dalam restoran, tersedianya layanan VIP, tersedianya layanan *valet* gratis, tersedianya layanan rental mobil untuk dalam dan luar kota, tersedianya fasilitas spa dan sauna, tersedianya *security team* di pintu masuk depan, tersedianya lubang pengintai di kamar, tersedianya CCTV 24 jam, dan tersedianya sistem pengamanan hotel di kamar.

Dalam salah satu hasil analisa, didapati bahwa harapan wanita terhadap indikator tersedianya layanan antar-jemput bandara sangat tinggi sementara pria adalah tinggi. Hal ini didukung oleh pernyataan yang dikemukakan oleh As'Adi (2012) bahwa wanita ketika bangun di pagi hari akan memiliki sejumlah daftar di dalam kepalanya untuk dilakukan dan semuanya muncul bersamaan dalam suatu waktu, sedangkan bagi pria tidak demikian. Pernyataan tersebut menunjukkan bahwa wanita selalu merencanakan dengan detail kegiatan dalam satu hari, sehingga pada saat akan menginap di hotel pun, wanita akan merencanakan setiap detail kegiatannya mulai dari *pre-arrival* hingga *departure*. Di sisi lain, pria akan cenderung untuk tidak memperhatikan hal-hal mendetail seperti wanita.

## **KESIMPULAN DAN SARAN**

### **Kesimpulan**

Dari penelitian yang telah dilakukan oleh penulis, disimpulkan bahwa:

- Dari hasil analisa statistik deskriptif didapati bahwa:
  1. Harapan pria dan wanita terhadap variabel faktor eksternal adalah sama-sama tinggi.
  2. Harapan pria dan wanita terhadap variabel kamar-kamar adalah sama-sama tinggi.
  3. Harapan pria dan wanita terhadap variabel layanan berkenaan dengan makanan adalah sama-sama tinggi.
  4. Harapan pria dan wanita terhadap variabel fasilitas ruang tamu adalah sama-sama tinggi.
  5. Harapan pria dan wanita terhadap variabel layanan adalah sama-sama tinggi.
  6. Harapan pria terhadap variabel fasilitas relaksasi adalah tinggi, sementara harapan wanita terhadap variabel ini sedang.
  7. Harapan pria dan wanita terhadap variabel keamanan adalah sama-sama sangat tinggi.
- Dari hasil *Independent sample T-test* didapati bahwa:
  1. Harapan pria dan wanita berbeda secara signifikan dalam indikator tempat parkir yang luas, tersedianya *ladies floor*, tersedianya kursi untuk balita di dalam restoran, tersedianya layanan VIP, tersedianya layanan *valet* gratis, tersedianya layanan rental mobil untuk dalam dan luar kota, tersedianya fasilitas spa dan sauna, tersedianya *security team* di pintu masuk depan,

tersedianya lubang pengintai di kamar, tersedianya CCTV 24 jam, dan tersedianya sistem pengamanan hotel di kamar.

2. Harapan pria dan wanita berbeda secara signifikan dalam variabel kamar-kamar, variabel layanan, dan variabel fasilitas keamanan.

### Saran

Berdasarkan penelitian yang telah dilakukan terhadap 100 responden pria dan 100 responden wanita serta kesimpulan yang telah didapat, maka penulis memberikan saran sebagai berikut:

- Pihak hotel disarankan untuk menawarkan pilihan *view* kamar lebih banyak kepada tamu pria pada saat *check-in* agar tamu pria dapat memilih pemandangan yang disukai, karena harapan pria terhadap indikator ini lebih tinggi daripada tamu wanita.
- Pihak hotel disarankan untuk memastikan bahwa kamar hotel yang dihuni oleh tamu wanita memiliki ventilasi udara yang baik karena harapan wanita terhadap kamar yang memiliki ventilasi udara yang memadai sangat tinggi.
- Pihak hotel disarankan untuk memberikan atau menawarkan fasilitas antar-jemput ke bandara lebih banyak kepada tamu wanita karena harapan wanita lebih tinggi terhadap indikator ini daripada tamu pria.
- Pihak hotel disarankan untuk meningkatkan sistem keamanan khususnya pada *security team* di pintu masuk hotel namun tanpa mengganggu kenyamanan tamu, sehingga tamu dapat merasa aman, nyaman, serta tidak merasa terganggu. Dalam hal ini, pihak hotel harus lebih memperhatikan kenyamanan tamu wanita, karena harapan tamu wanita lebih tinggi daripada tamu pria.
- Pihak hotel disarankan untuk menggunakan kunci elektronik (*key card*) dan memastikan bahwa kunci elektronik tersebut berfungsi dengan baik sehingga para tamu tidak akan merasa disulitkan dengan penggunaan kunci elektronik. Dalam hal ini, pihak hotel harus lebih memperhatikan kenyamanan tamu wanita, karena harapan tamu wanita lebih tinggi daripada tamu pria.
- Pihak hotel disarankan untuk meningkatkan fasilitas relaksasi, seperti tempat *fitness*, kolam renang, dan sebagainya, dan juga disarankan untuk mengadakan promo atau penawaran lebih banyak yang berhubungan dengan tamu pria. Hal ini dikarenakan harapan tamu pria tinggi, sementara harapan wanita terhadap indikator ini sedang.

### DAFTAR PUSTAKA

- Anshori, Y. (2005). Analisis Keunggulan Bersaing Melalui Penerapan Knowledge Management dan Knowledge Based Strategy di Surabaya Plaza Hotel. *Jurnal Manajemen Perhotelan*. Universitas Kristen Petra, Surabaya. Vol. 1. No. 2, pp. 39-53.
- Anshori, Y. (2010). *Manajemen strategi hotel*. Surabaya: Putra Media Nusantara.
- Anshori, M & Iswati, S. (2009). *Metodologi penelitian kuantitatif*. Surabaya: Pusat Penerbitan dan Percetakan UNAIR
- As'adi, M. (2011). *Rahasia perbedaan otak pria dan wanita*. Jogjakarta: FlashBooks.
- Ghozali, I. (2001). *Aplikasi analisis multivariate dengan program SPSS*. Semarang: Badan Penerbit Universitas Diponegoro.

- Hardiyanti, Adwiana. (2006). *Sosiologi*. Jakarta: Penerbit Widya Utama.
- Hasyim, Nur. (2004). Pengembangan model pelayanan haji departemen agama berdasarkan prinsip reinventing government yang berorientasi pada pelanggan di kabupaten gresik. Unpublishes graduated thesis. Universitas Airlangga, Surabaya.
- Hill, Charles W. L. (2002). *International business: competing in the global market place instructor's resources (4<sup>th</sup> ed)*. Boston, Massachusetts.
- Ismail, A. (2002). *Front Office Operation and Management*. Albany, New York.
- Jerry & Pauline. (2011). *Knowing Yourself Inside Out (4<sup>th</sup> ed)*. Berkeley: Crystal Publications.
- Jogiyanto. (2007). *Metodologi penelitian bisnis*. Yogyakarta: BPF.
- Kotler, P. (2006). *Marketing for hospitality and tourism*. (3<sup>rd</sup> ed.). New Jersey: Pearson Education.
- Kotler, P.& Keller, K. L. (2007). *Manajemen pemasaran (12<sup>th</sup> ed)*. (Benyamin Molan, Trans.). Jakarta: PT Indeks.
- Kuncoro, M. (2009, 3<sup>rd</sup> ed). *Metode riset untuk bisnis & ekonomi*. Jakarta: Penerbit Erlangga.
- Lesmana, N.R & Dionisius, D. (2007, March). Analisa perbandingan harapan businesswomen dan businessmen dalam pemilihan sebuah hotel ditinjau dari segi atribut hotel dan penggunaan amenities hotel. *Jurnal Manajemen Perhotelan*, 3(1), 1-17.
- Lovelock, Christopher and Jochen Wirtz. (2008). *Service marketing : people, technology, strategy*. (6<sup>th</sup> ed). Singapore: Prentice Hall.
- Mulyani, S. (2003). Dampak kualitas jasa pelayanan terhadap perilaku konsumen. *Jurnal Gema Wisata*. 2(1).
- O'Shannessy & Minett. (2003). *Introduction to hospitality (2<sup>nd</sup> ed)*. Australia: Pearson.
- Poespitasari, D.K. (2006). *Fasilitas day spa dan terapi stress di Jakarta*. (Skripsi No.173-03-035). Unpublished graduated thesis. Institut Teknologi Bandung, Bandung.
- Singgih & Yulia. (2012). *Psikologi untuk muda-mudi*. Jakarta: Penerbit Libri.
- Stutts, A. T & Wortman, J. F. (2006) *Hotel and lodging management (2<sup>nd</sup> ed)*. Canada: John Wiley & Sons Inc.
- Sugiyono. (2003). *Statistika dalam penelitian*. Bandung: CV Alfabeta.
- Sulastiyono, A. (2001). *Manajemen penyelenggaraan hotel: seri manajemen usaha jasa sarana pariwisata dan akomodasi (2<sup>nd</sup> ed)*. Bandung: CV Alfabeta.
- Susila, I. & Fatchurrohman. (2004). Service value: sebuah variabel pemediasi pengaruh kualitas pelayanan terhadap niat beli. *Jurnal Empirikal*, 17(1), 79-94.
- Triningsih, N. (2010). Desain interior ancil ocean boutique hotel di Jakarta utara dengan pendekatan konsep bahari colonial. (Skripsi No. C0806020). Undergraduated thesis. Institut Teknologi Sepuluh Nopember, Surabaya.
- Wijaya, T. (2009). Analisis data penelitian menggunakan SPSS. Yogyakarta: Universitas Atma Jaya Yogyakarta.
- Yazid. (1999). *Pemasaran jasa*. Yogyakarta: Penerbit Ekonisia Fakultas Ekonomi UII.