

Analisis Model Pendukung Keputusan Simple Additive Weighting (SAW) terhadap Top 10 Traveler Ranked Hotel

Yerik Afrianto Singgalen*

Fakultas Ilmu Administrasi Bisnis dan Ilmu Komunikasi, Pariwisata, Universitas Katolik Indonesia Atma Jaya, Jakarta, Indonesia

Email: yerik.afrianto@atmajaya.ac.id

Email Penulis Korespondensi: yerik.afrianto@atmajaya.ac.id

Abstrak—Model pendukung keputusan berperan penting dalam memberikan petunjuk para pelancong (traveler) untuk menentukan destinasi wisata serta layanan akomodasi yang hendak dikunjungi. Meskipun demikian, kajian tentang model pendukung keputusan masih terbatas pada perancangan sistem untuk penetapan prioritas program lembaga. Mempertimbangkan hal tersebut maka penelitian ini menawarkan gagasan untuk menganalisis model pendukung keputusan Simple Additive Weighting (SAW) sebagai pendukung keputusan menginap di hotel berdasarkan data top 10 traveler ranked hotel di Kota Makassar sebagai berikut : Claro Makassar; The Rinra Makassar; Swiss-Belhotel Makassar; Novotel Makassar Grand Shayla; Almadera Hotel; Dalton Hotel Makassar; MaxOneHotels @Resort Makassar; Ibis Makassar City Center; Harper Perintis-Makassar; Aryaduta Makassar. Adapun kriteria yang ditetapkan dalam penelitian ini terbagi menjadi dua bagian yaitu kriteria berdasarkan ketersediaan ruangan kamar (property amenities, room feature, dan room type) dan serta penilaian tamu hotel (location, cleanliness, services, value). Kategori dan bobot nilai berdasarkan ketersediaan ruangan ialah sebagai berikut : property amenities dikategorikan cost dengan bobot 0,50; room feature dikategorikan cost dengan bobot 0,25; room type dikategorikan cost dengan bobot 0,25. Disisi lain, kategori dan bobot nilai berdasarkan penilaian tamu ialah sebagai berikut : location dikategorikan benefit dengan bobot 0,20; cleanliness dikategorikan benefit dengan bobot 0,25; service dikategorikan benefit dengan bobot 0,30, dan value dikategorikan cost dengan bobot 0,25. Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa perankingan dapat dikategorikan menjadi dua yakni berdasarkan ketersediaan ruangan dan amenitas serta penilaian tamu hotel. Berdasarkan kriteria-kriteria ketersediaan ruangan dan amenitas hotel (property amenities, room feature, dan room type), Novotel Makassar Grand Shayla menempati urutan pertama dengan total nilai 0,85, dan hotel Ibis Makassar City Center menempati urutan kedua dengan total nilai 0,75. Berdasarkan penilaian kriteria-kriteria penilaian tamu hotel (location, cleanliness, services, value), hotel Arya Duta menempati urutan pertama dengan total nilai 0,94, dan Almadera Hotel menempati urutan kedua dengan total nilai 0,88. Dengan demikian, dapat direkomendasikan layanan akomodasi kepada tamu berdasarkan ketersediaan ruangan (property amenities, room feature, dan room type) maupun berdasarkan penilaian tamu (location, cleanliness, services, value) pada top 10 traveler ranked hotel di Kota Makassar.

Kata Kunci: Hotel; Traveler Ranked; SAW; Pendukung Keputusan; Makassar

Abstract—The decision support model is essential in helping passengers choose which tourist attractions and lodging facilities to use. However, creating systems for prioritizing institutional programs remains the sole focus of research into decision-support models. Considering this, this study offers ideas to analyze the Simple Additive Weighting (SAW) decision support model as a support for hotel stay decisions based on data from the top 10 traveler-ranked hotels in Makassar City as follows: Claro Makassar; The Rinra Makassar, Swiss-Belhotel Makassar; Novotel Makassar Grand Shayla; Almadera Hotel; Dalton Hotel Makassar; MaxOneHotels @Resort Makassar; Ibis Makassar City Center; Harper Perintis-Makassar; Aryaduta Makassar. The criteria set out in this study are divided into two parts: standards based on the availability of room rooms (property amenities, room features, and room types) and hotel guest ratings (location, cleanliness, services, value). The categories and weights of values based on room availability are as follows: property amenities are categorized as the cost with a weight of 0.50; Room feature is ranked as the cost with a weight of 0.25; room type is classified as the cost with a weight of 0.25. In addition, the categories and weights of values based on guest ratings are as follows: location is categorized as benefit with a weight of 0.20; cleanliness is categorized benefit with a weight of 0.25; Service is categorized benefit with a weight of 0.30, and value is classified as cost with a weight of 0.25. The results of this study show that the ranking can be categorized into two, namely, based on room availability and hotel guest ratings. Based on room availability criteria (property amenities, room features, and room type), Novotel Makassar Grand Shayla ranks first with a total value of 0.85, and Ibis Makassar City Center Hotel ranks second with a total value of 0.75. Based on the assessment of hotel guest rating criteria (location, cleanliness, services, value), Arya Duta Hotel ranks first with a total value of 0.94, and Almadera Hotel ranks second with a total value of 0.88. Thus, accommodation services can be recommended to guests based on room availability (property amenities, room features, and room type) or guest ratings (location, cleanliness, services, value) in the top 10 traveler-ranked hotels in Makassar City.

Keywords: Hotel; Traveler Ranked; SAW; Decision-Making; Makassar

1. PENDAHULUAN

Model pendukung keputusan *Simple Additive Weighting* (SAW) dapat digunakan dalam proses pengambilan keputusan berkunjung ke destinasi wisata maupun keputusan menginap di hotel. Minarni et al. menggunakan algoritma *Simple Additive Weighting* (SAW) sebagai model pendukung keputusan pemilihan tempat wisata di Kabupaten Kotawaringin Timur, Indonesia [1]. Disisi lain, Adi et al. menggunakan metode *Simple Additive Weighting* (SAW) sebagai sistem pendukung keputusan pemilihan tempat kuliner terbaik di Kota Surakarta [2]. Adapun, Arumsari et al. menggunakan metode *Simple Additive Weighting* (SAW) dalam perancangan sistem informasi geografis untuk rekomendasi model kawasan konservasi [3]. Hal ini menunjukkan bahwa metode *Simple Additive Weighting* (SAW) dapat digunakan dalam berbagai konteks pengambilan keputusan untuk mendapatkan pilihan terbaik dengan membandingkan berbagai alternatif. Meskipun demikian, kajian tentang model pendukung keputusan *Simple Additive Weighting* (SAW) dalam pemilihan layanan akomodasi hotel memiliki konteks daerah, kriteria dan bobot yang berbeda. Mempertimbangkan hal tersebut maka penelitian ini menawarkan gagasan untuk menganalisis model pendukung keputusan *Simple Additive Weighting*

(SAW) terhadap *top 10 traveler ranked hotel* di Kota Makassar berdasarkan ketersediaan ruangan (*property amenities, room feature, dan room type*) dan penilaian tamu hotel (*location, cleanliness, services, value*). Dengan demikian, model pendukung keputusan *Simple Additive Weighting* (SAW) dapat merekomendasikan hotel sesuai preferensi tamu.

Industri perhotelan di Indonesia berperan sebagai pendukung perkembangan sektor pariwisata nasional. Perkembangan layanan akomodasi hotel di masing-masing daerah sangat beragam, serta dipengaruhi oleh peluang investasi yang didukung oleh kebijakan pembangunan pariwisata nasional. Tjokro et al. merancang sistem pendukung keputusan menggunakan *Simple Additive Weighting* (SAW) untuk membantu tamu dalam mengambil keputusan menginap di hotel yang tersebar di kota Medan berdasarkan kriteria harga kamar (*value*), kelas hotel (bintang), lokasi (*location*), pelayanan (*service*), kebersihan (*cleanliness*). [4]. Disisi lain, Utami et al. menunjukkan pentingnya sistem pendukung keputusan berbasis *Simple Additive Weighting* (SAW) untuk pemilihan hotel di kota Purwokerto dengan kriteria harga kamar (*value*), lokasi hotel (*location*), fasilitas hotel (*facilities*), dan kelas hotel (*bintang*) [5]. Hal ini menunjukkan bahwa masing-masing kajian tentang sistem pendukung keputusan berbasis *Simple Additive Weighting* (SAW) menekankan pada konteks daerah yang berbeda. Selain itu, kriteria dan bobot derajat kepentingan yang dikaji juga berbeda. Dengan demikian, dapat diketahui bahwa perancangan sistem pendukung keputusan menggunakan *Simple Additive Weighting* (SAW) perlu diamati dan dikaji secara komprehensif dan kontekstual berdasarkan perkembangan layanan akomodasi dan amenitas serta pertumbuhan sektor pariwisata di daerah tersebut. Mempertimbangkan hal tersebut maka penelitian ini menawarkan gagasan untuk fokus menganalisis *top 10 traveler ranked hotel* berdasarkan konteks Kota Makassar.

Pengembangan sistem informasi berdasarkan metode *Simple Additive Weighting* (SAW) dapat digunakan sebagai model pengambilan keputusan di bisnis layanan akomodasi dan amenitas. Hakim et al. merancang sistem informasi berbasis metode *Simple Additive Weighting* (SAW) untuk mengidentifikasi konsumen atau tamu hotel yang termasuk kategori loyal [6]. Disisi lain, Tangganu dan Hansun mengembangkan aplikasi rekomendasi hotel berdasarkan metode *Simple Additive Weighting* (SAW) berdasarkan data hotel di Bali [7]. Hal ini menunjukkan bahwa hasil perhitungan berbasis model *Simple Additive Weighting* (SAW) dapat dikembangkan menjadi aplikasi yang merekomendasikan hotel berdasarkan kriteria dan bobot yang ditentukan oleh konsumen. Adisaputra dan Elisa berpendapat bahwa melalui perancangan sistem pendukung keputusan, tamu hotel dapat dalam memilih hotel berdasarkan kriteria dan bobot yang ditetapkan [8]. Hal ini berarti bahwa sistem pendukung keputusan berbasis *Simple Additive Weighting* (SAW) dalam pemilihan hotel, perlu disesuaikan dengan karakteristik tamu hotel, jumlah hotel, dan informasi yang spesifik tentang fasilitas hotel. Danurdara dan Witarsana menunjukkan bahwa informasi terkait dengan karakteristik tamu hotel berdasarkan trip type, date of stay, rating, property amenities, room feature, room type, location, cleanliness, services, dan value, dapat diakses melalui platform Tripadvisor [9]. Dewi et al. menegaskan bahwa platform Tripadvisor dapat digunakan sebagai sumber data untuk mengidentifikasi dan menganalisis perilaku tamu hotel melalui rating dan ulasan pengalaman menginap di hotel [10]. Mempertimbangkan hal tersebut, maka penelitian ini menggunakan platform Tripadvisor sebagai sumber data *top 10 traveler ranked hotel* di kota Makassar, khususnya data yang berhubungan dengan informasi ruangan (*property amenities, room feature, dan room type*) dan penilaian tamu hotel (*location, cleanliness, services, value*).

Dalam industri perhotelan, harga sewa, kualitas pelayanan dan citra hotel berpengaruh terhadap kepuasan konsumen. Wibowo dan Yunita menunjukkan adanya pengaruh antara harga sewa kamar terhadap kepuasan konsumen [11]. Adapun, Kawatak et al. menunjukkan adanya pengaruh antara kualitas pelayanan dengan kepuasan pelanggan [12]. Selain itu, Oliveira menunjukkan bahwa persepsi terhadap kualitas layanan, harga dan citra hotel dapat dianalisis berdasarkan segmen pasar yakni tipe pengunjung (*business, solo, with friends, couple, with family*) [13]. Melia et al. juga menunjukkan adanya pengaruh fasilitas dan kualitas pelayanan terhadap kepuasan pelanggan hotel. Sulistyningtyas dan Arifiansyah juga menunjukkan adanya pengaruh citra merek, lokasi, dan kualitas pelayanan terhadap kepuasan pelanggan hotel [14]. Hal ini menunjukkan bahwa persepsi pelanggan terhadap fasilitas dan layanan akomodasi hotel perlu diidentifikasi dan dianalisis secara komprehensif, sehingga menjadi rekomendasi pengembangan kualitas pelayanan hotel. Mempertimbangkan hal tersebut maka penelitian ini menggunakan data teks berupa rating tamu hotel terhadap *location, cleanliness, services, dan value* dari *top 10 traveler ranked hotel* di kota Makassar.

Persepsi dan pengalaman menginap tamu perlu diidentifikasi dan dianalisis untuk memperoleh informasi tentang sistem manajemen hotel yang perlu dipertahankan, ditingkatkan atau diperbaharui. Nasution et al. menunjukkan bahwa tamu memiliki ekspektasi terhadap fasilitas dan pelayanan hotel yang memuaskan, namun tidak semua dokumentasi fasilitas dan informasi pelayanan yang diakses melalui website maupun media sosial sesuai dengan ekspektasi pengalaman menginap tamu [15]. Akakip et al. menegaskan bahwa pelayanan di hotel dan promosi di berbagai media harus disesuaikan dengan kondisi sebenarnya, sehingga tidak mengecewakan tamu hotel [16]. Adapun, Wella dan Elfanso menegaskan bahwa tamu yang puas dengan kualitas pelayanan, harga, dan lokasi hotel cenderung menginap kembali [17]. Hal ini menunjukkan adanya kecenderungan tamu yang puas akan menginap kembali dan loyal terhadap hotel tersebut. Meskipun demikian, beberapa penelitian terdahulu terbatas pada pengujian hipotesis tentang pengaruh lokasi, harga sewa, fasilitas, dan kualitas layanan terhadap kepuasan, keputusan menginap kembali, dan loyalitas. Mempertimbangkan hal tersebut maka penelitian ini menggunakan model pendukung keputusan *Simple Additive Weighting* (SAW) dalam mengidentifikasi dan menganalisis proses pengambilan keputusan menginap tamu di *top 10 traveler ranked hotel* di kota Makassar.

Penelitian ini secara spesifik menggunakan data *property amenities, room feature, dan room type* yang tertera di platform Tripadvisor. Belum banyak kajian yang menggunakan ketersediaan ruangan di hotel sebagai kriteria yang

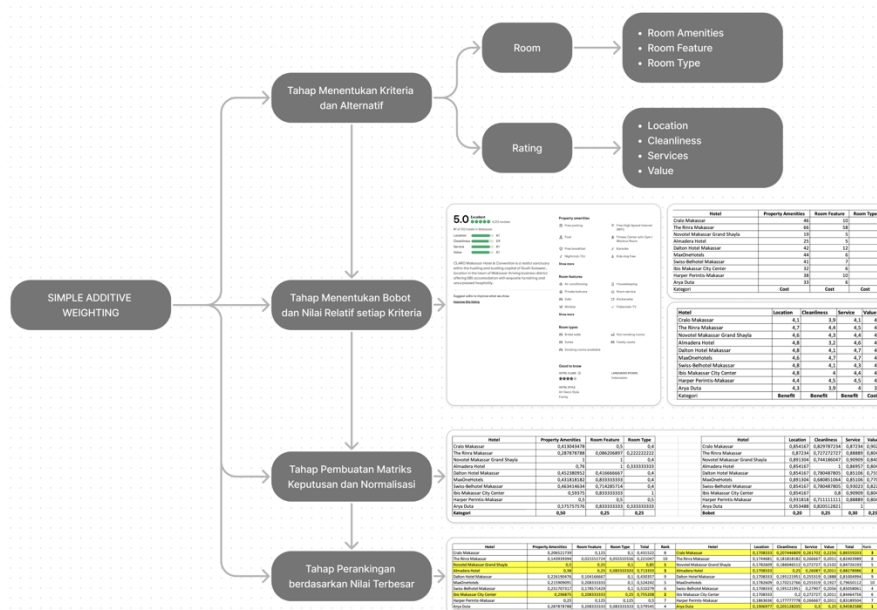
memengaruhi keputusan menginap tamu hotel. Goran et al. mengkaji tentang pengaruh sanitasi ruangan dan kualitas pelayanan *room attendant* terhadap kepuasan tamu [18]. Sementara itu, Sutrisna dan Putri menganalisis pengaruh kualitas pelayanan dan penetapan harga terhadap kepuasan tamu [19]. Hal ini menunjukkan bahwa kajian tentang kualitas layanan tidak spesifik membahas komponen penting seperti *property amenities*, *room feature*, dan *room type*. Berdasarkan hasil penelusuran ilmiah, kajian tentang analisis pengaruh lokasi, harga, kualitas pelayanan dan kebersihan hotel terhadap kepuasan tamu masih terbatas pada uji statistik melalui pendekatan kuantitatif dan studi kasus di salah satu hotel [20]. Sementara itu, Saksana dan Thio menegaskan bahwa faktor-faktor yang memengaruhi keputusan menginap tamu hotel perlu diidentifikasi secara menyeluruh dan berkala sebagai dasar strategi pemasaran produk dan layanan akomodasi hotel di suatu daerah [21]. Hal ini berarti bahwa penelitian ini memiliki peluang kontribusi secara teoretis di bidang kajian kepariwisataan khususnya industri perhotelan yang berhubungan dengan sistem informasi yakni model pendukung keputusan. Adapun, peluang kontribusi empiris lebih menekankan pada rekomendasi konten pemasaran di platform Tripadvisor yang menarik calon tamu melalui informasi *property amenities*, *room feature*, dan *room type*, *location*, *cleanliness*, *services*, *value* di *top 10 traveler ranked hotel* di kota Makassar.

2. METODOLOGI PENELITIAN

Penelitian ini terdiri dari empat tahapan yakni tahap pengumpulan data, tahap pengolahan data, tahap interpretasi data, dan tahap pelaporan hasil interpretasi data sesuai konteks pembahasan. Pada tahap pengumpulan data, proses *scraping* data di Platform Tripadvisor menggunakan webharvy. Adapun data-data yang dikumpulkan berhubungan dengan *property amenities*, *room feature*, dan *room type*, *location*, *cleanliness*, *services*, *value* di *top 10 traveler ranked hotel* di kota Makassar. Selanjutnya, tahap pengolahan data menggunakan model pendukung keputusan *Simple Additive Weighing* (SAW) dan instrumen pendukung yang digunakan untuk visualisasi alur pengolahan data ialah figjam. Tahap interpretasi data menekankan pada diskusi konteks kepariwisataan khususnya industri perhotelan di Kota Makassar dan perilaku konsumen dalam hal ini pola pengambilan keputusan menginap tamu hotel berdasarkan preferensi (ruangan dan amenitas, atau hasil penilaian tamu sebelumnya). Pada tahap pelaporan hasil interpretasi data sesuai konteks pembahasan, dapat direkomendasikan optimalisasi pemasaran produk dan layanan hotel pada website Tripadvisor agar dapat menjadi pertimbangan konsumen ketika hendak mengambil keputusan menginap. Berikut ini adalah penjelasan tentang tahapan dalam implementasi *Simple Additive Weighing* (SAW).

2.1 Simple Additive Weighting (SAW)

Model pendukung keputusan yang digunakan dalam penelitian ini ialah *Simple Additive Weighing* (SAW). SAW merupakan salah satu pendekatan dari model pendukung keputusan *Multi-Criteria Decision Making* (MDCM). Adapun, alur proses perhitungan berdasarkan metode SAW dapat divisualisasikan sebagaimana gambar berikut.



Gambar 3. Metode Simple Additive Weighting (SAW)

Gambar 3 merupakan alur dari metode *Simple Additive Weighing* (SAW) yang terdiri dari beberapa tahapan sebagai berikut : pertama, tahap menentukan kriteria; kedua, tahap menentukan bobot dan nilai relatif setiap kriteria; ketiga, tahap pembuatan matriks keputusan dan normalisasi; keempat, tahap perankingan berdasarkan nilai terbesar. Pada tahap menentukan kriteria, penilaian tamu (*location*, *cleanliness*, *services*, dan *value*) dan ketersediaan ruangan (*property amenities*, *room feature*, dan *room type*) diidentifikasi sebagai kriteria. Selanjutnya, pada tahap menentukan bobot dan

nilai realtif setiap kriteria, dilakukan penyesuaian konteks pembahasan dimana penelitian ini fokus pada analisis sentimen dan keputusan menginap yang dipengaruhi oleh pelayanan (*services*) sehingga diberikan bobot 0,30. Sementara itu, lokasi hotel (*location*) diberikan bobot 0,20 dengan pertimbangan bahwa lokasi dapat menyesuaikan aktivitas, kepentingan, dan kebutuhan tamu. Selanjutnya, kriteria *cleanliness* dan *value* berikan bobot masing-masing 0,25 dengan pertimbangan bahwa kebersihan dan kelaikan harga kamar juga memengaruhi persepsi tamu hotel. Selanjutnya, kriteria *property amenities* diberikan bobot 0,50 dengan pertimbangan preferensi tamu hotel terkait kelengkapan fasilitas yang dimiliki hotel. Adapun, kriteria *room feature* dan *room type* diberikan bobot 0,25 dengan pertimbangan preferensi tamu terkait estetika atau desain interior ruangan dan tipe ruangan yang sesuai dengan ekspektasi.

Beberapa studi terdahulu menunjukkan bahwa SAW dapat digunakan untuk memilih alternatif terbaik dengan memberikan nilai relatif berdasarkan kriteria yang ditetapkan [22], [23]. Penelitian ini merupakan pengembangan dari penelitian terdahulu untuk mengembangkan model pendukung keputusan menginap tamu yang ideal berdasarkan data dari platform Tripadvisor, dengan menggabungkan beberapa metode yang relevan [24]. pada tahap pembuatan matriks keputusan dan normalisasi, hasil pembobotan dan pemberian nilai relatif pada masing-masing kriteria dan alternatif dilanjutkan ke tahap pembuatan matriks keputusan dan normalisasi, dimana persamaan yang digunakan dapat dilihat pada persamaan (1) dan persamaan (2) berikut ini :

$$R_{ij} = \left\{ \frac{x_{ij}}{\text{Max}_{ij}} \right\} \text{ jika } j \text{ (benefit)} \quad (1)$$

$$R_{ij} = \left\{ \frac{\text{Min}_{ij}}{x_{ij}} \right\} \text{ jika } j \text{ (cost)} \quad (2)$$

Dimana :

R_{ij} = Rating kinerja yang ternormalisasi

Max_{ij} = Nilai Maksimum dari setiap baris dan kolom

Min_{ij} = Nilai Minimum dari setiap baris dan kolom

x_{ij} = Baris dari kolom matriks

Dengan R_{ij} adalah rating kinerja yang ternormalisasi dari altrenatif A_i pada atribut C_j ; $i = 1, 2, \dots, n$ dan $j = 1, 2, \dots, n$ maka nilai preferensi untuk setiap alternatif (V_i) dihitung menggunakan persamaan (3) berikut :

$$V_i = \sum_{j=1}^n W_j r_{ij} \quad (3)$$

Dimana :

V_i = Nilai akhir dari alternatif

W_j = Bobot yang telah ditentukan

r_{ij} = normalisasi matriks

Pada tahap perankingan berdasarkan nilai terbesar, setiap alternatif akan diurut berdasarkan nilai terbesar, dimana nilai V_i yang lebih besar mengindikasikan bahwa alternatif A_i menjadi alternatif yang terpilih atau perlu diprioritaskan. Dengan demikian, dapat diketahui bahwa keputusan menginap tamu hotel berdasarkan merujuk pada nilai preferensi terbesar.

3. HASIL DAN PEMBAHASAN

Faktor-faktor yang memengaruhi keputusan menginap dapat dianalisis berdasarkan perilaku konsumen yang disegmentasi berdasarkan generasi [25]. Disisi lain, Ruben dan Facrureza menunjukkan adanya pengaruh branding hotel terhadap keputusan menginap tamu di hotel [26]. Adapun, Musthofa dan Karsudjono menekankan bahwa pada komponen harga, aspek-aspek yang penting untuk ditinjau ialah keterjangkauan harga, kesesuaian harga dengan kualitas produk, kesesuaian harga dengan manfaat produk, daya saing harga [27]. Selanjutnya, Barus et al. mengemukakan bahwa masing-masing hotel memiliki sumberdaya, strategi promosi dan manajemen pelayanan yang berbeda sehingga keputusan menginap tamu ditentukan oleh faktor-faktor yang dinamis seperti *advertising*, *sales promotion*, *public relations*, *personal selling*, *online marketing*, *product choice*, *brand choice*, *dealer choice*, *purchase amount*, *purchase timing*, dan *payment method* yang diterapkan oleh hotel tersebut [28]. Hal ini berarti bahwa faktor-faktor yang memengaruhi keputusan menginap tamu hotel dapat dilihat dari dua perspektif yakni perspektif manajemen hotel dan perspektif tamu selaku konsumen. Penelitian ini lebih fokus pada perspektif tamu dengan menyediakan model pendukung keputusan berbasis *Simple Additive Weighting* (SAW) yang menggunakan data promosi *top 10 traveler ranked hotel* di kota Makassar melalui website Tripadvisor.

Dalam konteks Indonesia, perilaku tamu hotel paska covid-19 lebih berhati-hati dalam memilih ruangan. Marwani et al. menunjukkan bahwa implementasi *Cleanliness*, *Health*, *Safety Environment* (CHSE) di industri perhotelan memantik perhatian konsumen serta memberikan rasa aman dan nyaman di era *new normal* [29]. Disisi lain, terdapat kajian yang populer di bidang layanan akomodasi yakni penerapan prinsip syariah pada bisnis layanan akomodasi. Andika

dan Muhammad menunjukkan bahwa penerapan prinsip syariah yang diseimbangkan dengan kualitas produk dan pelayanan agar dapat memberikan kenyamanan dan keamanan kepada tamu hotel [30]. Hal ini berarti bahwa preferensi tamu terkait dengan kebutuhan layanan akomodasi tidak terlepas dari kondisi sosial-budaya, ekonomi dan lingkungan serta idealisme. Dengan demikian, kajian tentang faktor-faktor yang memengaruhi keputusan menginap perlu dianalisis secara komprehensif dan kontekstual sesuai dengan wilayah operasional hotel. Mempertimbangkan hal tersebut maka penelitian ini fokus mendiskusikan kriteria hotel yang dapat diakses melalui platform Tripadvisor berdasarkan *top 10 traveler ranked hotel* di kota Makassar.

Pada tahap menentukan kriteria dan alternatif, pertimbangan untuk memilih fokus di Kota Makassar ialah sebagai berikut : pertama, kota Makassar memiliki keunggulan dan daya tarik wisata yang identik dengan nilai-nilai sosial-budaya, dan agama; kedua, kota Makassar menjadi penghubung moda transportasi laut dan udara (transit) bagi wisatawan yang hendak bepergian ke wilayah Indonesia bagian Timur; ketiga, aktivitas ekonomi, peluang investasi, dan minat terhadap layanan akomodasi dan amenities di kota Makassar tergolong tinggi; keempat, dapat diidentifikasi dan dikumpulkan data yang berhubungan dengan ketersediaan ruangan di masing-masing hotel berdasarkan *room amenity, room feature, room type* serta penilaian tamu terkait *location, cleanliness, services, value* di *top 10 traveler ranked hotel* kota Makassar. Adapun, *top 10 traveler ranked hotel* kota Makassar yang dimaksud ialah sebagai berikut : Cralo Makassar; The Rinra Makassar; Novotel Makassar Grand Shayla; Almadera Hotel; Dalton Hotel Makassar; MaxOneHotels; Swiss-Belhotel Makassar; Ibis Makassar City Center; Harper Perintis-Makassar; Arya Duta Makassar. Adapun, data terkait dengan penilaian tamu dapat dilihat pada tabel 1 berikut ini.

Tabel 1. Hasil Penilaian Tamu di Website Tripadvisor

Hotel	Location	Cleanliness	Service	Value	Jumlah Ulasan
Cralo Makassar	4,1	3,9	4,1	4,1	4201
The Rinra Makassar	4,7	4,4	4,5	4,6	1956
Novotel Makassar Grand Shayla	4,6	4,3	4,4	4,4	1682
Almadera Hotel	4,8	3,2	4,6	4,6	294
Dalton Hotel Makassar	4,8	4,1	4,7	4,9	507
MaxOneHotels	4,6	4,7	4,7	4,8	893
Swiss-Belhotel Makassar	4,8	4,1	4,3	4,5	1772
Ibis Makassar City Center	4,8	4	4,4	4,6	606
Harper Perintis-Makassar	4,4	4,5	4,5	4,6	884
Arya Duta Makassar	4,3	3,9	4	3,7	1058

Tabel 1 merupakan hasil penilaian tamu terhadap *location, cleanliness, service, value* dari *top 10 traveler ranked hotel* kota Makassar. Masing-masing hotel memiliki jumlah ulasan yang berbeda, sementara penilaian terbatas pada nilai 1-5 (sangat buruk, buruk, rata-rata, baik, dan sangat baik). Masing-masing hotel memiliki jumlah ulasan yang berbeda sehingga nilai rata-rata hotel terkait *location, cleanliness, service, value* dengan jumlah ulasan lebih rendah, memiliki nilai yang berbeda dengan jumlah ulasan yang lebih tinggi. Meskipun demikian, hal-hal yang perlu dipertimbangkan ialah ulasan tamu perlu dilihat berdasarkan waktu menginap dan waktu mengulas, tipe berkunjung (*solo, couples, business, with friends, with family*). Mempertimbangkan hal tersebut maka jumlah ulasan tidak diidentifikasi sebagai kriteria dalam penelitian ini. Adapun, kriteria *location* dikategorikan sebagai *benefit*, kriteria *cleanliness* dikategorikan sebagai *benefit*, kriteria *service* dikategorikan sebagai *benefit*, namun kriteria *value* dikategorikan sebagai *cost*. Penetapan kategori *benefit* dan *cost* dilakukan berdasarkan perspektif tamu hotel dimana lokasi hotel yang strategis menguntungkan tamu, kebersihan dan pelayanan hotel akan memberikan keuntungan bagi tamu. Sementara itu, *value* berhubungan dengan harga yakni kewajaran harga, kesesuaian harga dengan produk dan layanan yang diterima, kesesuaian harga dengan manfaat dari produk dan layanan yang diterima, serta daya saing harga dengan hotel lainnya. Mempertimbangkan hal tersebut maka bobot untuk kriteria *location* diberi nilai 0,20, kriteria *cleanliness* diberi nilai 0,25, kriteria *service* diberi nilai 0,30 dan kriteria *value* diberi nilai 0,25. Dengan demikian dapat dilanjutkan ke proses normalisasi, sebagaimana Tabel berikut.

Tabel 2. Hasil Normalisasi Kriteria dan Alternatif

Hotel	Location	Cleanliness	Service	Value
Cralo Makassar	0,854167	0,829787234	0,87234	0,9024
The Rinra Makassar	0,87234	0,727272727	0,88889	0,8043
Novotel Makassar Grand Shayla	0,891304	0,744186047	0,90909	0,8409
Almadera Hotel	0,854167	1	0,86957	0,8043
Dalton Hotel Makassar	0,854167	0,780487805	0,85106	0,7551
MaxOneHotels	0,891304	0,680851064	0,85106	0,7708
Swiss-Belhotel Makassar	0,854167	0,780487805	0,93023	0,8222
Ibis Makassar City Center	0,854167	0,8	0,90909	0,8043
Harper Perintis-Makassar	0,931818	0,711111111	0,88889	0,8043
Arya Duta Makassar	0,953488	0,820512821	1	1

Tabel 2 merupakan hasil normalisasi kriteria dan alternatif menggunakan persamaan (1) apabila kriteria tersebut tergolong *benefit*, dan menggunakan persamaan (2) apabila kriteria tersebut tergolong *cost*. Hasil normalisasi dilanjutkan dengan persamaan (3) untuk mendapatkan nilai preferensi. Selanjutnya, nilai preferensi akan diakumulasi untuk dilakukan perankingan sebagaimana Tabel 3 berikut ini.

Tabel 3. Nilai Preferensi dan Hasil Perankingan

Hotel	Location	Cleanliness	Service	Value	Total	Rank
Cralo Makassar	0,170833	0,207446809	0,2617	0,2256	0,865592	3
The Rinra Makassar	0,174468	0,181818182	0,26667	0,2011	0,8240399	8
Novotel Makassar Grand Shayla	0,178261	0,186046512	0,27273	0,2102	0,8472619	5
Almadera Hotel	0,170833	0,25	0,26087	0,2011	0,8827899	2
Dalton Hotel Makassar	0,170833	0,195121951	0,25532	0,1888	0,8100499	9
MaxOneHotels	0,178261	0,170212766	0,25532	0,1927	0,7965011	10
Swiss-Belhotel Makassar	0,170833	0,195121951	0,27907	0,2056	0,8505806	4
Ibis Makassar City Center	0,170833	0,2	0,27273	0,2011	0,8446476	6
Harper Perintis-Makassar	0,186364	0,177777778	0,26667	0,2011	0,831895	7
Arya Duta Makassar	0,190698	0,205128205	0,3	0,25	0,9458259	1

Tabel 3 merupakan nilai preferensi dari masing-masing alternatif yang dikalkulasi menggunakan persamaan (3). Selanjutnya, akumulasi nilai preferensi dibandingkan berdasarkan jumlah alternatif untuk dilakukan perankingan. Hasil dari proses perankingan menunjukkan bahwa : pertama, hotel Arya Duta Makassar memiliki total nilai 0,94 dan menempati urutan pertama; kedua, Almadera Hotel memiliki total nilai 0,88 dan menempati urutan kedua; ketiga, Cralo Makassar memiliki total nilai 0,86 dan menempati urutan ketiga; keempat, Swiss-Belhotel Makassar memiliki total nilai 0,85 dan menempati urutan keempat; kelima, Novotel Makassar Grand Shayla memiliki total nilai 0,84 dan menempati urutan kelima. Meskipun demikian, perlu dipertimbangkan bahwa total ulasan di hotel Arya Duta berjumlah 1058, sedangkan total ulasan di hotel Cralo Makassar berjumlah 4201. Adapun, total ulasan di Swiss-Belhotel Makassar berjumlah 1772, dan total ulasan di Novotel Makassar Grand Shayla berjumlah 1682. Hal ini berarti bahwa meskipun Arya Duta menempati urutan pertama dan direkomendasikan sebagai pilihan terbaik, perlu dilakukan perbandingan dengan kondisi eksisting ruangan yang dimiliki oleh masing-masing hotel.

Fasilitas, harga dan pelayanan merupakan faktor penting yang mampu meningkatkan kepuasan tamu hotel sebagai konsumen. Meskipun demikian, ketersediaan ruangan menjadi bagian penting dalam bisnis layanan akomodasi hotel. Selain lokasi, kebersihan, pelayanan dan harga, hal-hal terkait dengan *property amenities*, *room feature*, dan *room type* menjadi pertimbangan penting, sebelum mengambil keputusan menginap. Tamu hotel memiliki kebutuhan yang berbeda-beda terutama bagi penyandang disabilitas maupun bagi perokok. Oleh sebab itu, ketersediaan ruangan hotel perlu mempertimbangkan tipe tamu yang menginap (*solo*, *business*, *couple*, *with family*, *with friends*) serta kebutuhan khusus tamu. Mempertimbangkan hal tersebut maka kriteria *property amenities*, *room feature*, *room type* perlu diidentifikasi sebagai kriteria dengan bobot sebagai berikut : *property amenities* (0,50); *room feature* (0,25); dan *room type* (0,25). Berdasarkan hasil kategorisasi, seluruh kriteria tergolong *benefit* yakni manfaat yang diterima oleh tamu ketika menginap di hotel tersebut. Pertimbangan pemberian bobot nilai 0,50 nilai pada kriteria *property amenities* berhubungan dengan sumberdaya yang dimiliki oleh hotel, semakin banyak *property amenities* maka kebutuhan tamu dapat dipenuhi serta dapat meningkatkan kepuasan tamu. Sementara itu, bobot nilai 0,25 pada kriteria *room feature* dan *room type* dengan mempertimbangkan kebutuhan tamu terhadap tipe ruangan dengan desain interior yang memenuhi ekspektasi tamu. Adapun, kriteria dan alternatif yang berhubungan dengan ketersediaan ruangan dapat dilihat pada tabel berikut.

Tabel 4. Hasil Pengumpulan Ruangan Top 10 Traveler Ranked Hotel kota Makassar

Hotel	Property amenities	Room Feature	Room Type
Cralo Makassar	46	10	5
The Rinra Makassar	66	58	9
Novotel Makassar Grand Shayla	19	5	5
Almadera Hotel	25	5	6
Dalton Hotel Makassar	42	12	5
MaxOneHotels	44	6	5
Swiss-Belhotel Makassar	41	7	5
Ibis Makassar City Center	32	6	2
Harper Perintis-Makassar	38	10	4
Arya Duta Makassar	33	6	6

Tabel 4 merupakan hasil pengumpulan data ruangan dari *top 10 traveler ranked hotel* kota Makassar pada platform *Tripadvisor*. Masing-masing hotel memiliki ketersediaan ruangan yang beragam, demikian halnya data *property amenities*, *room feature*, dan *room type* yang dimasukkan ke website *Tripadvisor*. Secara keseluruhan The Rinra Hotel memiliki kuantitas *property amenities*, *room feature*, dan *room type* tertinggi dibandingkan dengan hotel lainnya. Sementara itu, secara kuantitas, Novotel Makassar Grand Shayla memiliki *property amenities*, *room feature*, dan *room*

type paling rendah. Meskipun demikian, preferensi tamu hotel terhadap ruangan (*property amenities*, *room feature*, dan *room type*) yang dimiliki *top 10 traveler ranked hotel* kota Makassar perlu dianalisis menggunakan metode *Simple Additive Weighting* (SAW). Pada tabel berikut dapat dilihat hasil normalisasi kriteria dan alternatif terkait dengan *property amenities*, *room feature*, dan *room type* dari *top 10 traveler ranked hotel* kota Makassar menggunakan persamaan (1) karena seluruh kriteria tergolong *benefit*.

Tabel 5. Hasil Normalisasi Kriteria dan Alternatif

Hotel	Property Amenities	Room Feature	Room Type
Cralo Makassar	0,413043478	0,5	0,4
The Rinra Makassar	0,287878788	0,086206897	0,222222222
Novotel Makassar Grand Shayla	1	1	0,4
Almadera Hotel	0,76	1	0,333333333
Dalton Hotel Makassar	0,452380952	0,416666667	0,4
MaxOneHotels	0,431818182	0,833333333	0,4
Swiss-Belhotel Makassar	0,463414634	0,714285714	0,4
Ibis Makassar City Center	0,59375	0,833333333	1
Harper Perintis-Makasar	0,5	0,5	0,5
Arya Duta Makassar	0,575757576	0,833333333	0,333333333

Tabel 5 merupakan hasil normalisasi kriteria dan alternatif terkait ketersediaan ruangan di *top 10 traveler ranked hotel* kota Makassar menggunakan persamaan (1). Pertimbangan menggunakan persamaan (1) karena seluruh kriteria terkait dengan data ruangan tergolong *benefit*. Semakin banyak amenities, tipe dan desain ruangan hotel maka preferensi dan kebutuhan tamu hotel dapat dipenuhi. Megawati menunjukkan bahwa amenities dan tipe ruangan yang dimiliki hotel menjadi pertimbangan tamu sebelum mengambil keputusan menginap, demikian halnya pelayanan dan cara menangani keluhan pelanggan yang diterapkan masing-masing hotel [31]. Disisi lain, Prawiroharjo et al. menegaskan bahwa kelengkapan fasilitas dan jenis ruangan di hotel dapat menunjang pelayanan kepada tamu naratama [32]. Hal ini menunjukkan bahwa kriteria *property amenities*, *room feature*, dan *room type* menjadi penting dalam pengambilan keputusan menginap di hotel. Adapun, hasil perhitungan nilai preferensi dan perankingan berdasarkan bobot terbesar dapat dilihat pada tabel berikut.

Tabel 6. Nilai Preferensi dan Hasil Perankingan

Hotel	Property Amenities	Room Feature	Room Type	Total	Rank
Cralo Makassar	0,206521739	0,125	0,1	0,431522	8
The Rinra Makassar	0,143939394	0,021551724	0,055555556	0,221047	10
Novotel Makassar Grand Shayla	0,5	0,25	0,1	0,85	1
Almadera Hotel	0,38	0,25	0,083333333	0,713333	3
Dalton Hotel Makassar	0,226190476	0,104166667	0,1	0,430357	9
MaxOneHotels	0,215909091	0,208333333	0,1	0,524242	5
Swiss-Belhotel Makassar	0,231707317	0,178571429	0,1	0,510279	6
Ibis Makassar City Center	0,296875	0,208333333	0,25	0,755208	2
Harper Perintis-Makasar	0,25	0,125	0,125	0,5	7
Arya Duta Makassar	0,287878788	0,208333333	0,083333333	0,579545	4

Tabel 6 merupakan nilai preferensi dan hasil perankingan hotel berdasarkan ketersediaan ruangan (*property amenities*, *room feature*, dan *room type*) menggunakan persamaan (3). Berdasarkan hasil perankingan, dapat diketahui bahwa : pertama, Novotel Makassar Grand Shayla memiliki bobot nilai 0,85 dan menempati urutan pertama; kedua, Ibis Makassar City Center memiliki bobot nilai 0,75 dan menempati urutan kedua; ketiga, Almadera Hotel memiliki bobot nilai 0,71 dan menempati urutan ketiga; keempat, Arya Duta Makassar memiliki bobot nilai 0,57 dan menempati urutan keempat; kelima, MaxOneHotels memiliki bobot nilai 0,52 dan menempati urutan kelima. Hal ini menunjukkan bahwa berdasarkan ketersediaan ruangan *top 10 traveler ranked hotel* kota Makassar pada platform Tripadvisor, pilihan terbaik ialah Novotel Makassar Grand Shayla.

4. KESIMPULAN

Berdasarkan hasil implementasi metode *Simple Additive Weighting* (SAW) berdasarkan data penilaian tamu terhadap *location*, *cleanliness*, *service* dan *value* di *top 10 traveler ranked hotel* kota Makassar maka dapat disimpulkan bahwa hotel Arya Duta Makassar memiliki total nilai preferensi 0,94 dan menempati urutan pertama dalam perankingan. Selanjutnya berdasarkan data ketersediaan ruangan dan amenities (*property amenities*, *room feature*, dan *room type*) dapat diketahui bahwa Novotel Makassar Grand Shayla memiliki bobot nilai 0,85 dan menempati urutan pertama. Dengan demikian dapat diketahui bahwa preferensi tamu dapat disesuaikan dengan data ulasan maupun ketersediaan ruangan dan amenities hotel.

REFERENCES

- [1] Minami, A. Purwanto, R. A. Saputra, and N. Herlambang, "Implementasi Metode SAW Dalam Pemilihan Tempat Wisata di Kabupaten Kotawaringin Timur," *Progresif J. Ilm. Komput.*, vol. 19, no. 1, pp. 401–410, 2023.
- [2] A. K. Adi, J. A. Purnama, W. C. A. Putra, and D. Hartanti, "Sistem Pendukung Keputusan Pemilihan Tempat Kuliner Terbaik di Kota Surakarta Dengan Metode Simple Additive Weighting," *Komputa J. Ilm. Komput. dan Inform.*, vol. 11, no. 2, pp. 69–77, 2022.
- [3] Y. Arumsari and S. Y. Prasetyo, "Perancangan Sistem Informasi Geografis untuk Rekomendasi Model Kawasan Konservasi dengan Menerapkan Metode Simple Additive Weighting (SAW) di Kabupaten Boyolali," *Indones. J. Comput. Model.*, vol. 2, no. 2, pp. 55–63, 2018.
- [4] S. Tjokro and R. Romindo, "Sistem Pendukung Keputusan Untuk Pemilihan Hotel di Kota Medan Dengan Menggunakan Metode Simple Additive Weighting," *JDMIS J. Data Min. Inf. Syst.*, vol. 1, no. 1, pp. 37–47, 2023, doi: 10.54259/jdmis.v1i1.1523.
- [5] A. Utami, M. L. L. Usman, I. F. Ramadhani, S. N. F. Syam, and F. A. Fauzan, "Hotel Selection Decision Support System with the Simple Additive Weighting (SAW) Method," *Build. Informatics, Technol. Sci.*, vol. 4, no. 3, pp. 1181–1187, 2022, doi: 10.47065/bits.v4i3.2262.
- [6] D. R. P. Hakim and G. I. Setiawan, "Rancang Bangun Sistem Pendukung Keputusan Untuk Pelanggan Di PT Asia Hospitaliti Servis Dengan Metode Simple Additive Weighting," *J. Manaj. dan Teknol. Inf.*, vol. 12, no. 2, pp. 144–155, 2022.
- [7] E. Tangganu and S. Hansun, "Pengembangan Aplikasi Rekomendasi Hotel di Bali Dengan Metode Simple Additive Weighting," *Fountain Informatics J.*, vol. 4, no. 1, pp. 24–31, 2019, doi: 10.21111/fij.v4i1.3080.
- [8] W. Adisaputra and E. Elisa, "Sistem Penunjang Keputusan Pemilihan Hotel di Kota Tanjungpinang dan Pulau Bintan Menggunakan Metode Simple Additive Weighting," *Comasie*, vol. 4, no. 1, pp. 87–96, 2021.
- [9] B. A. Danurdara and I. G. A. G. Winarsana, "Pengaruh Tripadvisor Electronic Word Of Mouth Terhadap Online Booking Decision Tamu Domestik Di Bali," *J. Kepariwisata Destin. Hosp. dan Perjalanan*, vol. 6, no. 2, pp. 203–218, 2022, doi: 10.34013/jk.v6i2.414.
- [10] P. P. C. Dewi, I. P. Utama, and I. A. P. Widawati, "Peran Brand Image Situs Tripadvisor Memediasi Pengaruh EWom Terhadap Niat Beli Kamar di Kabupaten Badung," *TULIP Tulisan Ilm. Pariwisata*, vol. 5, no. 2, pp. 75–81, 2022.
- [11] A. A. Wibowo and C. Yunita, "Pengaruh Persepsi Harga, Kualitas Pelayanan, dan Citra Merek Terhadap Tamu di The Margo Hotel," *J. Pijar Stud. Manaj. dan Bisnis*, vol. 1, no. 3, pp. 547–558, 2023, [Online]. Available: <https://e-journal.naurendigiton.com/index.php/pmb>
- [12] S. Y. Kawatak, O. W. Samuel, and M. Soputan, "Persepsi Kepuasan Tamu Terhadap Kualitas Pelayanan Paradise Hotel Golf and Resort Likupang," *J. Manaj. Perhotelan*, vol. 9, no. 1, pp. 1–8, 2023, doi: 10.9744/jmp.9.1.1-8.
- [13] A. S. Oliveira, A. I. Renda, M. B. Correia, and N. Antonio, "Hotel customer segmentation and sentiment analysis through online reviews: An analysis of selected European markets," *Tour. Manag. Stud.*, vol. 18, no. 1, pp. 29–40, 2022, doi: 10.18089/tms.2022.180103.
- [14] C. D. Sulistyaningtyas and R. Arifiansyah, "Pengaruh Citra Merek, Lokasi, dan Kualitas Pelayanan terhadap Kepuasan Pelanggan di Hotel Swiss-Belinn Kemayoran," *J. Pendidik. Tambusai*, vol. 7, no. 2, pp. 4128–4139, 2023.
- [15] D. Z. Nasution, N. Nyoman, N. Utari, and F. Nofiyanti, "YUME : Journal of Management Pengaruh Kualitas Pelayanan Room Division Terhadap Minat Kunjung Tamu di Hotel Mercure Jakarta Gatot Subroto," *YUME J. Manaj.*, vol. 6, no. 2, pp. 182–187, 2023.
- [16] F. E. D. Akakip, H. Ariwijaya, and M. Ichsan, "Pengaruh Kualitas Pelayanan Dan Promosi Terhadap Kepuasan Konsumen Pada Hotel Santika Luwuk," *AKSARA J. Ilmu Pendidik. Nonform.*, vol. 9, no. 1, pp. 485–500, 2023, doi: 10.32493/jee.v2i1.3512.
- [17] W. Wella and E. Elfanso, "Pengaruh Kualitas Pelayanan, Harga dan Lokasi terhadap Keputusan Menginap Ulang pada Hotel Algoritma Palembang," *J. Pendidik. dan Konseling*, vol. 4, no. 4, pp. 5281–5295, 2022.
- [18] M. C. I. Goran, D. Hermin, A. Z. Sugeha, and D. Paramita, "Pengaruh Sanitasi Kamar Dan Kualitas Pelayanan Room Attendant Terhadap Kepuasan Tamu Yang Menginap Di Hotel Gajah Mada Malang," *J. Tesla Perhotelan-Destinasai Wisata-Perjalanan Wisata*, vol. 1, no. 1, pp. 36–42, 2021, [Online]. Available: <https://jurnal.unmer.ac.id/index.php/jt/article/view/6997>
- [19] E. Sutrisna and H. H. Putri, "Pengaruh Kualitas Pelayanan dan Penetapan Harga terhadap Kepuasan Konsumen pada Hotel Mona Plaza Pekanbaru," *J. Educ.*, vol. 5, no. 4, pp. 13277–13286, 2023, doi: 10.31004/joe.v5i4.2328.
- [20] P. Apriani and B. MH Nainggolan, "Pengaruh Kualitas Pelayanan, Persepsi Harga Dan Promosi Terhadap Keputusan Menginap Di Morrissey Hotel Jakarta," *SIBATIK J. J. Ilm. Bid. Sos. Ekon. Budaya, Teknol. dan Pendidik.*, vol. 1, no. 11, pp. 2445–2456, 2022, doi: 10.54443/sibatik.v1i11.370.
- [21] A. C. Saksana and S. Thio, "Atribut-Atribut Yang Dinilai Penting Oleh Wisatawan Domestik Dan Wisatawan Cina Dalam Memilih Hotel Di Bali," *J. Manaj. Perhotelan*, vol. 5, no. 1, pp. 9–17, 2019, doi: 10.9744/jmp.5.1.9-17.
- [22] H. Lumentut, W. Nurmansyah, and S. Rumagit, "Sistem Pendukung Keputusan Pemilihan Duta Pariwisata Kabupaten Jayawijaya dengan Metode SAW," *J. Sist. Inf.*, vol. 14, no. 1, pp. 2520–2532, 2022.
- [23] A. Hermawan and Evan, "Hotel Recommendation System Using SAW (Simple Additive Weighting) And TOPSIS (The Technique for Order of Preference by Similarity to Ideal Solution) Method," *Bit-Tech*, vol. 1, no. 3, pp. 131–145, 2019, doi: 10.32877/bt.v1i3.71.
- [24] Y. A. Singgalen, "Analisis Sentimen dan Sistem Pendukung Keputusan Menginap di Hotel Menggunakan Metode CRISP-DM dan SAW," *J. Inf. Syst. Res.*, vol. 4, no. 4, pp. 1343–1353, 2023, doi: 10.47065/josh.v4i4.3917.
- [25] C. C. Makawowor and Y. F. Dewantara, "Analisis Faktor yang Mempengaruhi Keputusan Menginap pada Generasi Milenial di Mercure Jakarta Sabang," *J. Manaj. Perhotelan dan Pariwisata*, vol. 6, no. 2, pp. 334–341, 2023.
- [26] D. Facrureza, "Pengaruh Branding terhadap Keputusan Menginap Tamu di Hotel Pullman Jakarta Central Park," *J. Manaj. Perhotelan dan Pariwisata*, vol. 6, no. 2, pp. 306–317, 2023.
- [27] M. Musthofa and A. J. Karsudjono, "Pengaruh Harga dan Promosi Terhadap Keputusan Menginap Konsumen (Studi Kasus di Grand Dafam Q Hotel Banjarbaru)," *Al-Kalam*, vol. 10, no. 2, pp. 1–18, 2023.
- [28] Y. M. Barus, P. Y. Purba, J. A. L. Purba, and E. Cahyono, "Analisis Harga , Promosi , Dan Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Konsumen Pada Hotel Juma Eluk," *Manag. Stud. Entrep. J.*, vol. 4, no. 4, pp. 3813–3826, 2023.

- [29] I. S. Marwani, H. Darmawan, and E. R. U. Kalsum, "Influence Implementation of CHSE, Prices and Facilities for Decisions to Stay During the COVID -19 Pandemic at Non-Star Resort Hotels," *NHI Int. Hosp. J.*, vol. 1, no. 1, pp. 39–53, 2023, doi: 10.34013/nhij.v1i1.901.
- [30] A. N. Andika and A. M. Muhammad, "Pengaruh Penerapan Prinsip Syariah , Kualitas Produk dan Kualitas Pelayanan terhadap Keputusan Konsumen Menginap dengan Minat Sebagai Variabel Intervening (Studi Kasus Pada Konsumen Menginap Di Hotel Ibrahim Syariah Kota Semarang)," *J. Sharia Manag. Bus.*, vol. 3, no. 1, pp. 18–21, 2023.
- [31] Megawati, "Complaint Handling (Studi Kasus Strategi Penanganan Keluhan Hotel The Rinra Makassar 2018)," *J. Komun. KAREBA*, vol. 7, no. 2, pp. 249–255, 2018.
- [32] J. Prawiroharjo, A. S. Sasmita, and R. Hayati, "Implementasi Dimensi Pelayanan Guest Relation Officer Terhadap Tamu Reguler Dan Tamu Vip Pada Kondisi New Normal Di Hotel Aryaduta Makassar," *Hosp. Gastron. Res. J.*, vol. 4, no. 1, pp. 224–237, 2022.