

Factors that influence length of stay in starred and non-starred hotels in Padang city

Eksplorasi faktor yang mempengaruhi lama menginap di hotel berbintang dan non-bintang di kota Padang

Utari Ritma Riri*, Kasmita

Fakultas Pariwisata dan Perhotelan, Universitas Negeri Padang
Jalan Prof. Dr. Hamka, Air Tawar Padang, Sumatera Barat, Indonesia

ARTICLE INFO

Keywords:

guest experience, length of stay, non-star hotel, star-rated hotel

Katakunci:

hotel berbintang, hotel non-bintang, lama menginap, pengalaman tamu

DOI:

<https://doi.org/10.26905/jpp.v10i2.15831>

Received July 1, 2025

Review July 8, 2025

Accepted July 21, 2025

Corresponding Author:

Utari Ritma Riri
utariritma99@gmail.com

ABSTRACT

As one of the fastest-growing industries, the hotel industry is a pivotal part of the tourism industry. A hotel's success in tourism development can be measured, among other things, by the length of stay guests maintain. Therefore, this study aims to map and deeply understand the factors influencing guests' decisions to extend their stay in both star-rated and non-star hotels in Padang City. The exploration in this study is intended to build a conceptual understanding based on guest experiences and verify the alignment of field findings with consumer behavior and service quality theories. Using a qualitative approach, data were collected through in-depth interviews with 15 hotel guests selected purposively, representing various accommodation categories, during the period of March to May 2024. The results indicate five main factors affecting the length of stay: hotel facilities, service quality, pricing, location, and emotional experience. These findings are supported by the perceived value theory (Zeithaml, 1988), which suggests that consumer decisions are influenced by the perceived benefits relative to the costs incurred. Furthermore, the role of online reputation as a form of social influence reinforces the findings of Long (2022) regarding the impact of online reviews on accommodation preferences. Star-rated hotels tend to attract guests with complete facilities and professional services, while non-star hotels rely more on affordable pricing and friendly staff. The main contribution of this study lies in offering a locally grounded perspective on hotel guest behavior in Indonesia, particularly in Padang, while also providing strategic insights for hotel managers to design more adaptive and personalized services. These findings offer practical implications for enhancing guest loyalty and encouraging extended stays by strengthening key service aspects aligned with guest motivations and expectations.

HOW TO CITE ITEM

Riri, U. R., & Kasmita, K. (2025). Factors that influence length of stay in starred and non-starred hotels in Padang city. *Jurnal Pariwisata Pesona*, 10(2).
<https://doi.org/10.26905/jpp.v10i2.15831>

ABSTRAK

Sebagai salah satu industri yang paling cepat berkembang, perhotelan menjadi bagian poros dalam dunia pariwisata. Tingkat keberhasilan sebuah hotel dalam perkembangan pariwisata salah satunya dapat dilihat dari seberapa lama tamu menginap. Oleh karena itu, penelitian ini bertujuan untuk memetakan dan memahami secara mendalam faktor-faktor yang memengaruhi keputusan tamu dalam memperpanjang masa menginap, baik di hotel berbintang maupun non-bintang di Kota Padang. Eksplorasi dalam studi ini dimaksudkan untuk membangun pemahaman konseptual berdasarkan pengalaman tamu serta memverifikasi kesesuaian temuan lapangan dengan teori perilaku konsumen dan layanan. Dengan pendekatan kualitatif, data dikumpulkan melalui

wawancara mendalam terhadap 15 tamu hotel yang dipilih secara purposive, mewakili berbagai kategori akomodasi, selama periode Maret hingga Mei 2025. Hasil penelitian menunjukkan bahwa lima faktor utama memengaruhi lama menginap, yaitu fasilitas hotel, kualitas pelayanan, harga, lokasi, dan pengalaman emosional. Temuan ini didukung oleh teori *perceived value* (Zeithaml, 1988), yang menyatakan bahwa keputusan konsumen dipengaruhi oleh manfaat yang dirasakan dibandingkan biaya yang dikeluarkan. Selain itu, peran reputasi online sebagai pengaruh sosial menguatkan hasil studi Long (2022) tentang pengaruh ulasan daring terhadap preferensi menginap. Hotel berbintang cenderung menarik tamu melalui fasilitas lengkap dan layanan profesional, sedangkan hotel non-bintang lebih mengandalkan harga terjangkau dan keramahan staf. Kontribusi utama penelitian ini adalah menyediakan perspektif baru berbasis konteks lokal dalam memahami perilaku tamu hotel di Indonesia, khususnya di Padang, serta memberikan masukan strategis bagi pengelola hotel dalam merancang layanan yang lebih adaptif dan personal. Temuan ini memberikan implikasi praktis untuk meningkatkan loyalitas tamu dan memperpanjang durasi tinggal melalui penguatan aspek-aspek kunci layanan yang sesuai dengan motivasi dan kebutuhan tamu.

PENDAHULUAN

Industri perhotelan merupakan bagian integral dari sektor pariwisata yang terus berkembang seiring dengan peningkatan mobilitas manusia dan pertumbuhan destinasi wisata baru (Eddyono 2021). Salah satu indikator kinerja industri hotel adalah lama menginap tamu (*length of stay*), yang berperan penting dalam menentukan pendapatan hotel dan efisiensi operasional (Alén, et al., 2014; Mododi Arkhudi, et al., 2019; Kim & Han, 2022; Wang et al. 2023). Ditengah persaingan yang semakin ketat, memahami faktor-faktor yang mempengaruhi keputusan tamu untuk memperpanjang atau mempersingkat masa tinggal menjadi krusial bagi keberlangsungan bisnis perhotelan (Anggraeni 2024).

Lama menginap dipengaruhi oleh berbagai variabel seperti fasilitas, kualitas pelayanan, harga, lokasi, serta pengalaman emosional tamu selama menginap (Ahmed et al. 2023; Ali, Alam, and Bilal 2021; Nasib 2021; Saipuloh and Suroño 2023). Dalam konteks hotel berbintang, fasilitas premium seperti spa, restoran *fine dining*, dan pusat kebugaran menjadi daya tarik utama, sementara hotel non-bintang lebih menonjolkan aspek harga yang terjangkau dan kedekatan dengan komunitas lokal (Fitra Aziza and Prameswara 2023; Gato et al. 2022; Ruiz-Ballesteros and González-Portillo 2024). Pilihan konsumen tidak hanya berdasarkan pada kebutuhan fungsional, tetapi juga nilai simbolis dan persepsi kualitas yang mereka rasakan selama berada di hotel.

Kota Padang sebagai salah satu tujuan wisata utama di wilayah Sumatra Barat memiliki ragam pilihan akomodasi mulai dari hotel berbintang hingga penginapan non-bintang. Menurut data BPS Kota Padang tahun 2023, terdapat lebih dari 150 unit akomodasi komersial, terdiri atas hotel berbintang (bintang 1 hingga bintang 4) dan puluhan hotel non-bintang yang tersebar di kawasan pantai, pusat kota, dan jalur wisata. Dengan pertumbuhan kunjungan wisatawan domestik dan mancanegara yang signifikan pasca-pandemi, industri perhotelan di Padang memiliki potensi besar untuk meningkatkan tingkat hunian (*occupancy rate*) dan lama tinggal tamu, terutama jika pelaku industri mampu memahami preferensi konsumen secara lebih mendalam.

Namun, kajian-kajian terdahulu yang mengangkat isu *length of stay* sebagian besar dilakukan dengan pendekatan kuantitatif dan berfokus pada determinan ekonomi makro atau data agregat dari OTA (*Online Travel Agent*). Studi-studi seperti (Wang et al. 2023), mengungkap hubungan antara harga dan lama tinggal, tetapi belum banyak mengupas dimensi persepsi subjektif tamu secara langsung. Selain itu, belum ditemukan kajian eksploratif dengan pendekatan kualitatif yang menggali secara mendalam perspektif tamu tentang apa yang membuat mereka memperpanjang atau mempersingkat masa tinggal, khususnya dalam konteks lokal seperti Kota Padang. Dengan demikian, terdapat *research gap* dalam hal pendekatan metodologi, konteks lokal, dan integrasi dimensi emosional serta sosial dalam pemahaman perilaku tamu hotel.

Menurut Sun et al. (2022), pendekatan berbasis perspektif tamu sangat penting dalam memahami perilaku konsumen karena mampu menangkap dimensi subjektif dan emosional yang tidak terukur secara statistik. Oleh karena itu, penelitian ini menggunakan pendekatan kualitatif dengan wawancara mendalam untuk memahami secara holistik alasan-alasan tamu memilih untuk tinggal lebih lama atau lebih singkat di hotel berbintang dan non-bintang. Pendekatan ini memungkinkan pengungkapan motivasi yang lebih kompleks dan kontekstual dari para tamu hotel.

Penelitian ini diharapkan dapat memberikan kontribusi teoretis dan praktis dalam pengembangan strategi layanan perhotelan, khususnya di Kota Padang. Dari sisi teoritis, temuan penelitian ini dapat

memperkaya literatur mengenai perilaku tamu dan manajemen perhotelan berbasis pengalaman. Sementara itu, secara praktis, hasil studi ini dapat dimanfaatkan oleh pengelola hotel untuk menyesuaikan layanan dan strategi pemasaran mereka agar sesuai dengan preferensi tamu, meningkatkan kepuasan, dan mendorong loyalitas.

METODE

Penelitian ini menggunakan pendekatan kualitatif dengan desain studi eksploratif untuk memahami secara mendalam faktor-faktor yang memengaruhi lama menginap tamu di hotel berbintang dan non-bintang di Kota Padang. Desain eksploratif digunakan karena tujuan utama penelitian ini adalah melakukan pemetaan awal terhadap faktor-faktor yang memengaruhi lama menginap dari perspektif tamu, yang belum banyak dibahas dalam konteks lokal seperti Kota Padang. Pendekatan ini dipilih karena memungkinkan peneliti menggali persepsi, pengalaman, dan alasan subjektif tamu yang tidak dapat diungkap melalui metode kuantitatif (Creswell and Creswell 2022). Data dikumpulkan melalui wawancara semi-terstruktur dengan 15 informan yang merupakan tamu hotel yang sedang atau telah menginap di hotel-hotel berbeda, baik berbintang maupun non-bintang. Jumlah informan ditentukan berdasarkan prinsip data saturation, yaitu saat informasi yang diberikan oleh informan mulai berulang dan tidak menghasilkan tema baru secara signifikan. Selain itu, keterbatasan waktu dan akses ke tamu hotel selama periode pengumpulan data (Maret-Mei 2025) juga menjadi pertimbangan praktis dalam menentukan jumlah partisipan. Informan dipilih menggunakan *teknik purposive sampling* dengan mempertimbangkan variasi latar belakang, lama menginap, serta jenis hotel yang mereka pilih.

Proses wawancara dilakukan secara langsung dan didokumentasikan melalui rekaman audio serta catatan lapangan. Analisis data dilakukan menggunakan pendekatan tematik (*thematic analysis*) sebagaimana dikemukakan oleh Binh Nguyen, Pham, and To Truong (2023), yang terdiri dari enam tahap: familiarisasi data, pengkodean awal, pencarian tema, peninjauan tema, penamaan tema, dan penulisan laporan. Validitas data dijaga melalui teknik triangulasi sumber dan member checking untuk memastikan keakuratan interpretasi peneliti. Penelitian ini juga memperhatikan prinsip-prinsip etika seperti kerahasiaan identitas informan dan persetujuan partisipasi secara sadar (*informed consent*).

HASIL DAN PEMBAHASAN

Penelitian ini melibatkan 15 orang informan yang menginap di hotel bintang 1 hingga bintang 4, serta hotel non-bintang di Kota Padang. Melalui wawancara mendalam, ditemukan bahwa terdapat lima tema utama yang memengaruhi lama menginap tamu: (1) motivasi perjalanan, (2) fasilitas hotel, (3) harga dan nilai, (4) kenyamanan dan pelayanan, dan (5) pengalaman serta rekomendasi. Berikut adalah uraian hasil dan pembahasan berdasarkan pendapat langsung para informan. Kelima tema ini tidak ditentukan sebelumnya oleh peneliti, melainkan diperoleh melalui proses analisis data tematik (*thematic analysis*) terhadap transkrip wawancara. Peneliti melakukan proses koding terbuka (*open coding*), lalu menyusun kategori dan sub-tema yang muncul berulang kali dari narasi informan. Selanjutnya, melalui koding aksial dan selektif, ditemukan lima tema dominan yang secara konsisten muncul dalam percakapan dengan mayoritas informan. Dengan demikian, eksplorasi yang dilakukan dalam penelitian ini bertujuan untuk memetakan secara sistematis faktor-faktor yang memengaruhi lama menginap tamu berdasarkan pengalaman empiris di lapangan, dan bukan untuk menguji teori tertentu atau membangun konsep baru. Pendekatan ini menghasilkan temuan kontekstual yang khas dan relevan dengan kondisi lokal. Berikut adalah uraian hasil dan pembahasan berdasarkan pendapat langsung para informan, disertai kutipan relevan dan dikaitkan dengan teori-teori terdahulu guna memperkuat interpretasi data.

Motivasi Perjalanan

Motivasi perjalanan terbukti menjadi salah satu faktor utama yang memengaruhi durasi menginap tamu di hotel. Berdasarkan hasil wawancara, tamu dengan tujuan bisnis atau pelatihan cenderung menginap lebih singkat, biasanya satu hingga dua malam. Sebaliknya, tamu dengan motivasi liburan atau rekreasi lebih memilih tinggal lebih lama, antara tiga hingga lima malam, untuk menikmati suasana kota dan fasilitas hotel.

Informan 1 (Tamu, Hotel Bintang 3): "*Saya hanya ikut pelatihan kantor, jadi cukup dua malam saja. Besok langsung pulang.*"

Informan 2 (Tamu, Hotel Bintang 2): "*Saya liburan sama keluarga, jadi kami ambil empat malam supaya bisa eksplor kota.*"

Motivasi rekreasi cenderung mendorong wisatawan untuk menginap dalam durasi yang lebih lama dibandingkan mereka yang datang untuk keperluan bisnis atau urusan singkat lainnya. Hal ini karena wisatawan dengan tujuan rekreasi biasanya memiliki fleksibilitas waktu dan keinginan untuk menjelajahi berbagai destinasi serta menikmati fasilitas yang ditawarkan oleh hotel. Temuan ini selaras dengan hasil penelitian Puspardini, Prayogi, and Mekarini (2022), yang menunjukkan bahwa wisatawan dengan motivasi liburan lebih cenderung

merencanakan masa tinggal yang lebih panjang untuk memperoleh pengalaman yang maksimal selama berada di destinasi tujuan.

Demikian pula, (Ma and Li 2023) menyatakan bahwa tujuan perjalanan sangat memengaruhi perilaku wisatawan dalam menentukan lama tinggal. Wisatawan yang datang untuk bersantai, berlibur, atau mengeksplorasi budaya lokal akan memperpanjang masa tinggalnya seiring dengan meningkatnya minat mereka terhadap aktivitas wisata, kuliner, dan interaksi sosial. Sebaliknya, wisatawan bisnis atau peserta pelatihan biasanya memiliki jadwal yang ketat dan lebih terstruktur, sehingga durasi menginap mereka cenderung lebih singkat dan efisien.

Fasilitas Hotel

Keberadaan fasilitas yang lengkap dan sesuai kebutuhan tamu terbukti menjadi salah satu faktor utama yang mendorong keputusan untuk memperpanjang masa menginap. Fasilitas yang mendukung kenyamanan dan rekreasi, seperti kolam renang, kids club, pusat kebugaran, hingga sauna, menciptakan pengalaman positif yang membuat tamu merasa betah.

Informan 3 (Tamu, Hotel Bintang 4): *"Anak-anak suka banget main di kids club dan berenang, akhirnya kami extend semalam lagi."*

Informan 4 (Tamu, Hotel Bintang 3): *"Saya suka karena ada gym dan sauna. Biarpun kerja, saya tetap bisa relaksasi."*

Sebaliknya, keterbatasan fasilitas sering kali menjadi alasan utama tamu untuk tidak memperpanjang masa tinggal, terutama di hotel non-bintang yang hanya menawarkan layanan dasar.

Informan 5 (Tamu, Hotel Non-Bintang): *"Hanya singgah semalam, nggak ada fasilitas. Besoknya langsung lanjut ke Bukittinggi."*

Beberapa studi terdahulu, seperti yang dikemukakan oleh Sari and Susanti (2024) dan Chee, Dasgupta, and Ragavan (2023) mengindikasikan bahwa adanya fasilitas yang sesuai dengan kebutuhan tamu berkorelasi positif terhadap peningkatan durasi menginap dan tingkat kepuasan mereka. Dalam penelitian tersebut, disimpulkan bahwa fasilitas yang relevan berkontribusi dalam menciptakan pengalaman menginap yang lebih nyaman dan bernilai, sehingga mendorong tamu untuk memperpanjang masa tinggalnya.

Dengan demikian, penyediaan fasilitas yang relevan dan memadai bukan hanya menjadi nilai tambah, tetapi juga berfungsi sebagai strategi retensi tamu, khususnya di segmen hotel berbintang. Sementara itu, hotel non-bintang dapat mempertimbangkan pendekatan diferensiasi melalui peningkatan kenyamanan dasar atau layanan personal yang lebih hangat guna menutupi kekurangan fasilitas fisik.

Harga dan Nilai

Pertimbangan biaya menjadi salah satu faktor dominan, terutama bagi tamu yang menginap di hotel bintang satu dan non-bintang. Tamu dalam kategori ini cenderung memilih penginapan yang memberikan efisiensi biaya tanpa mengorbankan kenyamanan dasar.

Informan 6 (Tamu, Hotel Bintang 1): *"Murah, nyaman, cukup buat tidur. Dua malam cukup."*

Informan 7 (Hotel Non-Bintang): *"Saya tiap ke Padang nginapnya di sini karena hemat. Walaupun sederhana, tapi worth it."*

Sebaliknya, tamu hotel berbintang tiga ke atas cenderung mengaitkan harga dengan fasilitas dan layanan yang diperoleh. Mereka tidak hanya menilai harga berdasarkan nominal, tetapi juga dari seberapa besar nilai dan pengalaman yang didapatkan selama menginap.

Informan 8 (Tamu, Hotel Bintang 4): *"Saya rasa harga sesuai dengan yang didapat, jadi wajar tinggal 4 malam."*

Temuan ini selaras dengan penelitian oleh Saputra and Djumarno (2021), yang menyatakan bahwa wisatawan menyesuaikan durasi menginap mereka berdasarkan pada persepsi terhadap nilai dan kemampuan finansial. Ketika tamu merasa bahwa harga yang dibayarkan sebanding dengan kualitas layanan, kenyamanan, dan fasilitas yang diterima, maka kecenderungan untuk memperpanjang masa tinggal akan meningkat (Cahyani et al. 2024; Chee et al. 2023; Li 2021; Lin, Gursoy, and Zhang 2020). Sebaliknya, jika harga dianggap tidak sesuai dengan apa yang ditawarkan hotel, maka tamu akan memilih durasi tinggal yang lebih singkat atau berpindah ke akomodasi lain yang dinilai lebih ekonomis.

Kenyamanan dan Pelayanan

Aspek kenyamanan fisik dan kualitas pelayanan menjadi faktor signifikan yang memengaruhi keputusan tamu untuk memperpanjang masa tinggal. Banyak informan menyampaikan bahwa kamar yang bersih, fasilitas dasar yang berfungsi baik, serta sikap ramah staf memberikan rasa aman dan nyaman selama menginap, sehingga mendorong mereka untuk menambah hari tinggal.

Informan 9 (Tamu, Hotel Bintang 2): "*Kamarnya bersih banget, stafnya ramah. Saya tambah semalam lagi.*"

Informan 10 (Tamu, Hotel Bintang 1): "*Walaupun sederhana, tapi pelayanan hangat bikin betah.*"

Informan 11 (Tamu, Hotel Bintang 3): "*Yang penting AC dingin, air lancar, dan kasur empuk. Itu cukup bikin saya tinggal lebih lama.*"

Temuan ini mengonfirmasi bahwa kenyamanan tidak selalu berkaitan dengan kemewahan, tetapi lebih pada konsistensi layanan dasar dan sikap staf hotel dalam memperlakukan tamu. Bahkan di hotel non-bintang atau dengan fasilitas terbatas, jika pelayanan yang diberikan bersifat personal dan responsif, maka tamu merasa dihargai dan cenderung mempertimbangkan untuk tinggal lebih lama.

Naini et al. (2022) memperkuat hal ini, dengan menyatakan bahwa kualitas pelayanan memiliki hubungan positif dengan kepuasan dan loyalitas tamu. Pelayanan yang baik mampu menciptakan pengalaman emosional yang menyenangkan, yang dalam jangka panjang dapat membentuk persepsi positif terhadap hotel dan meningkatkan intensi tamu untuk kembali (Lin 2024; Park and Kim 2021). Selain itu, dalam konteks lokal seperti Kota Padang, faktor keramahan budaya dan nilai-nilai kearifan lokal Minangkabau yang tercermin dalam pelayanan juga menjadi daya tarik tersendiri bagi tamu domestik. Hal ini menunjukkan pentingnya pengelola hotel untuk tidak hanya fokus pada fasilitas fisik, tetapi juga membina kualitas interaksi antar manusia yang hangat dan menghargai tamu.

Pengalaman Sebelumnya dan Rekomendasi

Pengalaman menginap yang positif di masa lalu serta rekomendasi dari orang lain terbukti menjadi faktor penting dalam pengambilan keputusan menginap kembali di hotel yang sama atau memilih hotel baru. Banyak tamu mengandalkan pengalaman pribadi maupun pendapat orang lain sebagai dasar utama dalam menentukan pilihan akomodasi, terutama di era digital saat ini yang memudahkan akses ke ulasan dan rating hotel secara daring.

Informan 12 (Tamu, Hotel Bintang 4): "*Sudah langganan di sini. Lokasinya strategis dan saya tahu pasti nyaman.*"

Informan 13 (Tamu, Hotel Non-Bintang): "*Teman saya merekomendasikan ini karena murah dan bersih. Ternyata benar.*"

Informan 14 (Tamu, Hotel Bintang 1): "*Saya baca review di Agoda. Banyak yang bilang pelayanannya bagus, jadi saya coba.*"

Informan 15 (Tamu, Hotel Bintang 3): "*Saya pilih karena banyak review positif soal makanan hotel. Pas dicoba, enak benar.*"

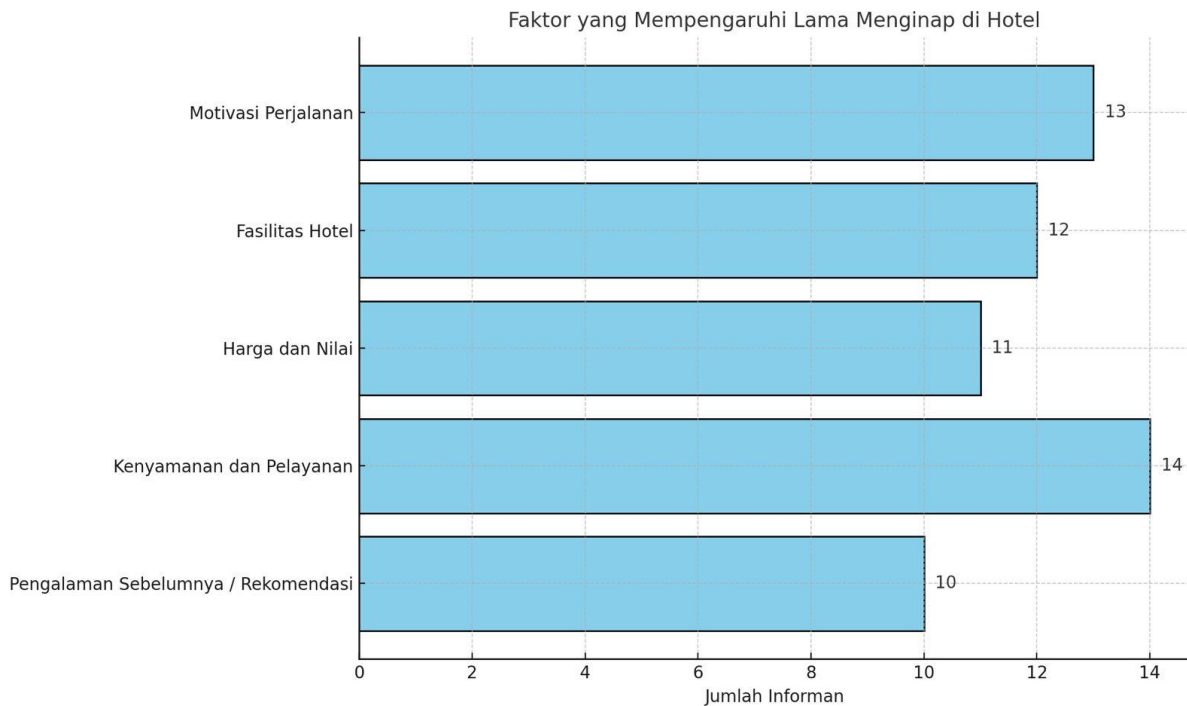
Penelitian oleh Long (2022) mempertegas bahwa review online dan *word of mouth* sangat memengaruhi persepsi tamu dan keputusan tinggal. Hal ini terutama berlaku bagi tamu baru yang belum memiliki pengalaman langsung, sehingga bergantung pada opini pihak lain dalam membentuk ekspektasi mereka. Temuan ini menegaskan bahwa keputusan lama menginap merupakan hasil interaksi kompleks antara motivasi pribadi, kondisi ekonomi, harapan terhadap fasilitas, serta pengalaman sosial. Hotel berbintang cenderung menarik tamu yang memiliki motivasi rekreasi dan mencari kenyamanan menyeluruh, dengan fasilitas lengkap seperti kolam renang, pusat kebugaran, hingga restoran. Sebaliknya, hotel non-bintang lebih diminati oleh tamu yang membutuhkan tempat tinggal sementara atau memiliki anggaran terbatas, sehingga faktor efisiensi biaya dan aksesibilitas menjadi pertimbangan utama.

Keunikan temuan ini terletak pada konteks lokal Kota Padang, di mana kedekatan hotel dengan pusat kuliner Minang, keramahan budaya lokal, serta akses terhadap objek wisata alam seperti pantai dan gunung turut menjadi faktor yang memengaruhi keputusan tamu memperpanjang masa tinggal. Faktor-faktor ini belum

banyak dibahas dalam penelitian sebelumnya, khususnya di wilayah Sumatera Barat, sehingga memberikan kontribusi empiris yang relevan bagi studi pariwisata daerah.

Temuan juga memperlihatkan adanya perbedaan signifikan dalam persepsi nilai antara tamu hotel berbintang dan non-bintang, yang dapat dijadikan dasar segmentasi pasar yang lebih tajam. Oleh karena itu, pengelola hotel disarankan untuk menyusun strategi layanan dan promosi yang tidak hanya mengikuti standar industri nasional, tetapi juga mempertimbangkan karakteristik lokal dan kebutuhan spesifik tamu di masing-masing segmen. Personalisasi pelayanan, pemanfaatan testimoni tamu secara digital, dan peningkatan fasilitas yang relevan menjadi kunci dalam meningkatkan durasi tinggal dan loyalitas pelanggan.

Berikut adalah visualisasi temuan yang menampilkan jumlah informan yang menyebutkan setiap faktor yang memengaruhi lama menginap mereka di hotel berbintang dan non-bintang di Kota Padang.



Gambar 1. Faktor Lama Menginap Pengunjung

Visualisasi temuan pada gambar 1 menunjukkan bahwa keputusan tamu dalam memperpanjang masa tinggal di hotel dipengaruhi oleh lima faktor utama yang saling berkaitan, dengan intensitas pengaruh yang berbeda antara hotel berbintang dan non-bintang. Faktor kenyamanan dan pelayanan menempati posisi tertinggi (disebut oleh 14 informan), diikuti oleh motivasi perjalanan (13), fasilitas hotel (12), harga dan nilai (11), serta pengalaman sebelumnya/rekomendasi (10).

Pertama, motivasi perjalanan menjadi faktor krusial dalam menentukan durasi tinggal. Tamu dengan motivasi rekreasi atau liburan cenderung tinggal lebih lama dibandingkan mereka yang melakukan perjalanan bisnis. Temuan ini sejalan dengan studi Ma dan Li (2023), yang menyatakan bahwa tujuan perjalanan berpengaruh langsung terhadap *length of stay*, di mana wisatawan *leisure* menunjukkan kecenderungan untuk tinggal lebih lama dibanding wisatawan bisnis (Litvin 2023).

Kedua, ketersediaan dan kualitas fasilitas menjadi daya tarik utama terutama di hotel berbintang. Fasilitas tambahan seperti kolam renang, pusat kebugaran, kids club, dan restoran memberi nilai tambah yang signifikan (Sobhani, Zhu, and Srebric 2025; Torres et al. 2021). Hal ini mendukung hasil penelitian Chee, Dasgupta, & Ragavan (2023) yang menekankan bahwa fasilitas hotel yang lengkap dapat memperpanjang masa tinggal karena memberikan kenyamanan dan aktivitas tambahan kepada tamu.

Ketiga, harga dan nilai menjadi pertimbangan utama terutama bagi tamu di hotel bintang 1 dan non-bintang. Transparansi tarif, diskon, serta persepsi “*worth it*” terhadap fasilitas yang diperoleh sangat menentukan keputusan memperpanjang menginap (Nasib 2021; Sudirjo et al. 2023). Saputra dan Djumarno (2021) menyebutkan bahwa persepsi nilai secara langsung memengaruhi durasi tinggal, khususnya bagi wisatawan dengan anggaran terbatas.

Keempat, kenyamanan dan pelayanan menjadi faktor yang paling banyak disebutkan. Pelayanan yang ramah, kualitas kamar, kebersihan, serta suasana yang nyaman sangat diapresiasi tamu, bahkan di hotel dengan

fasilitas terbatas. Temuan ini memperkuat argumen Naini et al. (2022) bahwa pengalaman layanan yang positif meningkatkan kepuasan dan kecenderungan tamu untuk memperpanjang masa tinggal.

Kelima, pengalaman menginap sebelumnya dan rekomendasi (baik dari teman atau melalui platform online seperti Agoda dan Booking.com) juga memengaruhi keputusan lama menginap (Aristio et al. 2022; Oltra González, Camarero, and San José Cabezudo 2021). Tamu cenderung memilih tempat yang sudah familiar atau memiliki reputasi baik secara daring. Long (2022) menekankan bahwa ulasan daring dan word-of-mouth adalah faktor strategis yang membentuk kepercayaan dan loyalitas konsumen.

Secara keseluruhan, temuan ini mencerminkan interaksi kompleks antara kebutuhan pribadi, kondisi ekonomi, ekspektasi terhadap layanan, dan pengalaman sosial, serta memperlihatkan bahwa preferensi tamu sangat dipengaruhi oleh karakteristik hotel itu sendiri. Hotel berbintang umumnya menarik wisatawan rekreasi yang menginginkan pengalaman menyeluruh, sementara hotel non-bintang lebih diminati oleh tamu yang mengutamakan efisiensi dan kebutuhan dasar.

Temuan ini juga mengandung *novelty* dalam konteks lokal, yakni bagaimana faktor-faktor seperti budaya Minang yang ramah, lokasi dekat pusat kuliner Padang, serta akses ke destinasi wisata alam menjadi variabel kontekstual yang memperpanjang durasi tinggal. Oleh karena itu, pengelola hotel di wilayah Sumatera Barat perlu mengembangkan strategi yang berbasis segmentasi pasar lokal, memanfaatkan kekuatan budaya dan keunikan daerah sebagai keunggulan kompetitif.

KESIMPULAN

Penelitian ini bertujuan untuk mengeksplorasi secara mendalam faktor-faktor yang memengaruhi keputusan tamu dalam memperpanjang masa menginap di hotel berbintang dan non-bintang di Kota Padang. Berdasarkan hasil wawancara dengan 15 informan dari berbagai tipe hotel, ditemukan lima tema utama yang memengaruhi durasi menginap, yaitu: (1) motivasi perjalanan, (2) fasilitas hotel, (3) harga dan nilai, (4) kenyamanan serta pelayanan, dan (5) pengalaman serta rekomendasi.

Hotel berbintang lebih menarik bagi tamu dengan motivasi rekreasi dan kebutuhan kenyamanan tinggi, sementara hotel non-bintang lebih disukai oleh tamu yang berorientasi pada efisiensi biaya atau keperluan transit. Fasilitas tambahan seperti spa, restoran, dan kebersihan kamar menjadi penentu signifikan di hotel berbintang. Di sisi lain, keramahan staf dan aksesibilitas menjadi kekuatan utama hotel non-bintang.

Kontribusi teoretis dari penelitian ini adalah memperkaya pemahaman tentang perilaku tamu hotel melalui perspektif kualitatif dalam konteks lokal (Kota Padang), yang selama ini masih jarang dibahas. Temuan ini menyoroti pentingnya pendekatan berbasis pengalaman dan persepsi emosional dalam menjelaskan keputusan perpanjangan masa menginap.

Secara praktis, temuan ini memberikan wawasan strategis bagi pengelola hotel di Padang untuk menyesuaikan layanan dengan kebutuhan segmen pasar masing-masing. Hotel berbintang dapat meningkatkan daya saing dengan menambahkan nilai emosional dalam layanan premium, sedangkan hotel non-bintang dapat memaksimalkan aspek kehangatan dan efisiensi. Selain itu, ulasan positif dari pelanggan di platform OTA (seperti Agoda dan Booking.com) terbukti menjadi elemen kunci dalam membentuk persepsi dan keputusan tamu.

DAFTAR RUJUKAN

- Ahmed, Selim, Ahmed Al Asheq, Ezaz Ahmed, Ujjal Yaman Chowdhury, Tahir Sufi, and Md Golam Mostofa. (2023). "The Intricate Relationships of Consumers' Loyalty and Their Perceptions of Service Quality, Price and Satisfaction in Restaurant Service." *The TQM Journal* 35(2):519–39.
- Ali, Danish, Mohammad Alam, and Hazrat Bilal. (2021). "The Influence of Service Quality, Price, and Environment on Customer Loyalty in the Restaurant's Industry: The Mediating Role of Customer Satisfaction." *Journal of Accounting and Finance in Emerging Economies* 7(1):143–54
- Alén, E., Nicolau, J. L., Losada, N., & Domínguez, T. (2014). Determinant factors of senior tourists' length of stay. *Annals of Tourism Research*, 49, 19-32.
- Anggraeni, Tuti. (2024). *Model Historical Tourist Engagement Dalam Membangun Loyalitas Wisatawan Di Jawa Barat*. MEGA PRESS NUSANTARA.
- Aristio, Andre Parvian, Iskandar, Muhammad Al Farisi., Mudjahidin, Arrindika Pradana Ramadhansyah, S. Supardi, Utomo, Gatut Prijo., and Anggraini Naya Parahita. (2022). "The Intention of Using Mobile Ticketing in Online Travel Agent." *Procedia Computer Science* 197:273–81. doi:10.1016/J.PROCS.2021.12.141.

- Binh Nguyen, Phuong Minh, Xuan Lan Pham, and Giang Nu To Truong. (2023). "A Bibliometric Analysis of Research on Tourism Content Marketing: Background Knowledge and Thematic Evolution." *Heliyon* 9(2):e13487. doi:<https://doi.org/10.1016/j.heliyon.2023.e13487>.
- Cahyani, Naomi Lasro, Devid Trinaldo Simatupang, Nensi Lapotulo, and Okki Kurnia. (2024). "FAKTOR-FAKTOR YANG MEMPENGARUHI KUALITAS KAMAR HOTEL UNTUK MENINGKATKAN KENYAMANAN TAMU DALAM ASIALINK HOTEL BATAM BY PRASANTHY." *Jurnal Manajemen Perhotelan Dan Pariwisata* 7(2):168–76.
- Chee, Shi Yin, Anindita Dasgupta, and Neethiahnanthan Ari Ragavan. (2023). "Senior-Friendly Accommodations: A Phenomenological Study of the Lived Experiences of Older Adults with Functional Limitations in Senior Living Facilities." *International Journal of Hospitality Management* 112:103402. doi:<https://doi.org/10.1016/j.ijhm.2022.103402>.
- Creswell, John W., and J. David Creswell. (2022). *Research Design: Qualitative, Quantitative, and Mixed Methods Approaches*. Sage publications.
- Eddyono, Fauziah. (2021). *Pengelolaan Destinasi Pariwisata*. Uwais Inspirasi Indonesia.
- Fitra Aziza, Melati, and Bangsa Prameswara. (2023). "Peran Local Champion Dalam Pengembangan Community Based Tourism Di Desa Ponggok, Klaten." *Warta Pariwisata* 21(1):26–31. doi:[10.5614/wpar.2023.21.1.05](https://doi.org/10.5614/wpar.2023.21.1.05).
- Gato, Mafalda, Álvaro Dias, Leandro Pereira, Renato Lopes da Costa, and Rui Gonçalves. (2022). "Marketing Communication and Creative Tourism: An Analysis of the Local Destination Management Organization." *Journal of Open Innovation: Technology, Market, and Complexity* 8(1):40. doi:<https://doi.org/10.3390/joitmc8010040>.
- Kim, J. M., & Han, J. (2022). Impact of the length of stay at hotels on online reviews. *International Journal of Contemporary Hospitality Management*, 34(4), 1249-1269.
- Li, Shuhao. 2021. "Linking Servicescape and Customer Engagement: An Investigation in the Hotel Context." *International Journal of Hospitality Management* 94:102880. doi:<https://doi.org/10.1016/j.ijhm.2021.102880>.
- Lin, Hongxia, Dogan Gursoy, and Meng Zhang. (2020). "Impact of Customer-to-Customer Interactions on Overall Service Experience: A Social Servicescape Perspective." *International Journal of Hospitality Management* 87:102376. doi:<https://doi.org/10.1016/j.ijhm.2019.102376>.
- Lin, Mengyi. (2024). "Understanding the Influencing Factors of Tourists' Revisit Intention in Traditional Villages." *Heliyon* 10(15):e35029. doi:[10.1016/J.HELIYON.2024.E35029](https://doi.org/10.1016/J.HELIYON.2024.E35029).
- Litvin, Stephen W. (2023). "Length of Stay and a Hotel's Fixed Costs: A Commentary." *Annals of Tourism Research* 98.
- Long, Nguyen Phi. (2022). "Impacts of Electronic Word-of-Mouth (EWOM) from Social Networks Sites (SNS) on the Intention to Purchase Tourism Accommodation of Gen Z in Vietnam." Pp. 139–49 in *ICRMAT*.
- Ma, Jianan, and Fangxuan (Sam) Li. (2023). "How Does Self-Construal Shape Tourists' Image Perceptions of Paradox Destinations? The Mediating Roles of Cognitive Flexibility and Destination Involvement." *Tourism Management* 95:104664. doi:[10.1016/J.TOURMAN.2022.104664](https://doi.org/10.1016/J.TOURMAN.2022.104664).
- Mododi Arkhudi, M., Ferdowsi, S., & Najafi Arkhudi, E. (2019). Investigating the Effective Factors on Loyalty and Length of Stay of Tourists at Hotels (A Case Study of Five-star Hotels in Mashhad). *Geography and Urban Space Development*, 6(1), 207-222.
- Naini, Nurul Fitriani, Sugeng Santoso, Tanti Stevany Andriani, Unique Gita Claudia, and Nurfadillah Nurfadillah. (2022). "The Effect of Product Quality, Service Quality, Customer Satisfaction on Customer Loyalty." *Journal of Consumer Sciences* 7(1):34–50.
- Nasib, Nasib. (2021). "The Role of Customer Satisfaction in Mediating the Relationship between Service Quality and Price on Customer Loyalty." *Enrichment: Journal of Management* 12(1):400–411.

- Oltra González, Itziar, Carmen Camarero, and Rebeca San José Cabezudo. (2021). "SOS to My Followers! The Role of Marketing Communications in Reinforcing Online Travel Community Value during Times of Crisis." *Tourism Management Perspectives* 39:100843. doi:<https://doi.org/10.1016/j.tmp.2021.100843>.
- Park, Min Young, and Yong Muk Kim. (2021). "The Effects of Local Culture Experience on Revisit Intention." Pp. 105–9 in *2021 21st ACIS International Winter Conference On Software Engineering, Artificial Intelligence, Networking And Parallel/Distributed Computing (SNPD-Winter)*. IEEE.
- Pusparini, Luh Putu, Putu Agus Prayogi, and Ni Wayan Mekarini. (2022). "Motivasi Dan Persepsi Wisatawan Yang Berkunjung Ke Daya Tarik Wisata Pantai Penimbangan Di Kabupaten Buleleng." *Journal of Tourism and Interdisciplinary Studies* 2(1):41–51.
- Ruiz-Ballesteros, Esteban, and Auxiliadora González-Portillo. (2024). "Limiting Rural Tourism: Local Agency and Community-Based Tourism in Andalusia (Spain)." *Tourism Management* 104:104938. doi:<https://doi.org/10.1016/j.tourman.2024.104938>.
- Saipuloh, Yahya, and Surono Surono. (2023). "Pengaruh Kualitas Pelayanan, Persepsi Harga Dan Kualitas Produk Terhadap Kepuasan Pelanggan Untuk Meningkatkan Loyalitas Pelanggan Di Hotel The Westin Jakarta." *ULIL ALBAB: Jurnal Ilmiah Multidisiplin* 2(9):4441–55.
- Saputra, Arfin Jaya, and Djumarno Djumarno. (2021). "Effect of Price and Service Quality on Customer Satisfaction and Its Implications for Customer Loyalty at Aston Pluit Hotel & Residence Jakarta." *Dinasti International Journal of Economics, Finance & Accounting* 2(1):77–91.
- Sari, Fanny Alfinofita, and Retnaningtyas Susanti. (2024). "Pengaruh Fasilitas Wisata Terhadap Minat Berkunjung Kembali Di Pantai Carolina Kota Padang." *Jurnal Kajian Pariwisata Dan Perhotelan* 2(2):14–20.
- Sobhani, Hamed, Shengwei Zhu, and Jelena Srebric. (2025). "Hotels as Quarantine Facilities with Airborne Virus Controls." *Building and Environment* 275. doi:[10.1016/j.buildenv.2025.112765](https://doi.org/10.1016/j.buildenv.2025.112765).
- Sudirjo, Frans., Violin, Vivid., Abdullah, Akmal., and Iswahyudi, Muhammad Subhan. (2023). "The Effect of Promotion, E-Service Quality and Price on Customer Satisfaction and Its Implication on Loyalty of Tokopedia Customers." *JEMSI (Jurnal Ekonomi, Manajemen, Dan Akuntansi)* 9(5):1724–28.
- Sun, Ya Yen, Li, Mengyu., Lenzen, Manfred., Malik, Arunima, and Pomponi, Francesco. (2022). "Tourism, Job Vulnerability and Income Inequality during the COVID-19 Pandemic: A Global Perspective." *Annals of Tourism Research Empirical Insights* 3(1):100046. doi:[10.1016/J.ANNALE.2022.100046](https://doi.org/10.1016/J.ANNALE.2022.100046).
- Torres, Yamile Díaz, Roy Reyes Calvo, Hernán Hernández Herrera, Mario A. Álvarez Guerra, Julio Gómez Sarduy, and Jorge Iván Silva Ortega. (2021). "Procedure to Obtain the Optimal Distribution Cooling Capacity of an Air-Condensed Chiller Plant for a Hotel Facility Conceptual Design." *Energy Reports* 7:622–37. doi:[10.1016/j.egyr.2021.07.090](https://doi.org/10.1016/j.egyr.2021.07.090).
- Wang, Qian Cheng, Yi Ning Lou, Xuan Liu, Xin Jin, Xuwei Li, and Qian Xu. (2023). "Determinants and Mechanisms Driving Energy-Saving Behaviours of Long-Stay Hotel Guests: Comparison of Leisure, Business and Extended-Stay Residential Cases." *Energy Reports* 9:1354–65. doi:[10.1016/J.EGYR.2022.12.051](https://doi.org/10.1016/J.EGYR.2022.12.051).