

Distribusi Spasial Popularitas Hotel Berbasis Consumer Review Website di Kota Bandung = Spatial Distribution of Hotel Popularity Based on Consumer Review Website in Bandung City

Febiana Nur Azizah, author

Deskripsi Lengkap: <https://lib.ui.ac.id/detail?id=20513747&lokasi=lokal>

Abstrak

Internet menjadi sarana komunikasi yang paling penting dalam kehidupan sehari-hari. Dengan perkembangan internet yang cukup pesat membuat sektor perhotelan mencari cara untuk memberikan informasi mengenai hotelnya dengan media situs internet. TripAdvisor merupakan salah satu situs yang berisi ulasan mengenai pariwisata di Indonesia maupun di dunia, salah satunya adalah mengulas sebuah hotel. Situs yang dimiliki TripAdvisor ini biasa disebut dengan Consumer Review Website (CRW) yang berarti informasi elektronik yang menggunakan kata-kata orang lain sebagai informasi untuk merekomendasikan hotel. TripAdvisor memiliki basis data 1001 hotel di Kota Bandung yang termasuk didalamnya terdapat indeks popularitas, alamat hotel, dan kelas hotel. Data ini didapatkan dari Application Program Interface (API) di situs TripAdvisor. Indeks popularitas diklasifikasikan menjadi tiga, yaitu klasifikasi rendah, klasifikasi sedang dan klasifikasi tinggi. Pengklasifikasian juga dilakukan pada kelas hotel yang dibagi menjadi 3 kelas yaitu hotel bintang 4-5, hotel bintang 1-3, dan hotel non bintang. Analisis yang digunakan adalah Nearest Neighbor Analysis (NNA) dan Kernel Density (KD). Dengan hasil tersebut didapatkan bahwa hotel di Kota Bandung memiliki pola yang mengelompok. Pengelompokan ini dikarenakan adanya pola yang mengikuti jaringan jalan dan faktor lain seperti kebijakan Pemerintah Kota Bandung. Selain itu, hotel berbintang dan non bintang berdasarkan indeks popularitas akan dipengaruhi oleh objek disekelilingnya dan aksesibilitasnya. Semakin rendah bintang dan popularitasnya maka semakin jauh dari titik fungsional serta akses yang rendah, dan sebaliknya. Selain itu, faktor pemasaran dan kebijakan pemerintah menjadi salah satu yang mempengaruhi indeks popularitas

.....The internet is the most important of communication in everyday life. With the growing development of the internet, the hotel sector is looking for ways to provide information about their hotels using the internet as media. TripAdvisor is one site that contains reviews of tourism in Indonesia and in the world, one of which is reviewing a hotel. This site owned by TripAdvisor is commonly called the Consumer Review Website (CRW) which means electronic information that uses other people's words as information for hotel recommendations. TripAdvisor has a database of 1001 hotels in Bandung which includes a popularity index, hotel address, and hotel class. This data is obtained from the Application Program Interface (API) on the TripAdvisor website. The popularity index is classified into three categories, namely low classification, medium classification, and high classification. Classification is also carried out on hotel classes which are divided into 3 classes, namely 4 - 5 star hotels, 1-3 star hotels, and non-star hotels. The analysis used is Nearest Neighbor Analysis (NNA) and Kernel Density (KD). With these results, it is found that hotels in the city of Bandung have a clustered pattern. This grouping is due to a pattern that follows the road network and other factors such as Bandung City Government policies. In addition, star and non-star hotels based on the popularity index will be influenced by the surrounding objects and their accessibility. The lower the star and the popularity, the further away from the low functional and access point, and vice versa. In addition, marketing factors and government policies are among the factors affecting the popularity index