

BAB IV

PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

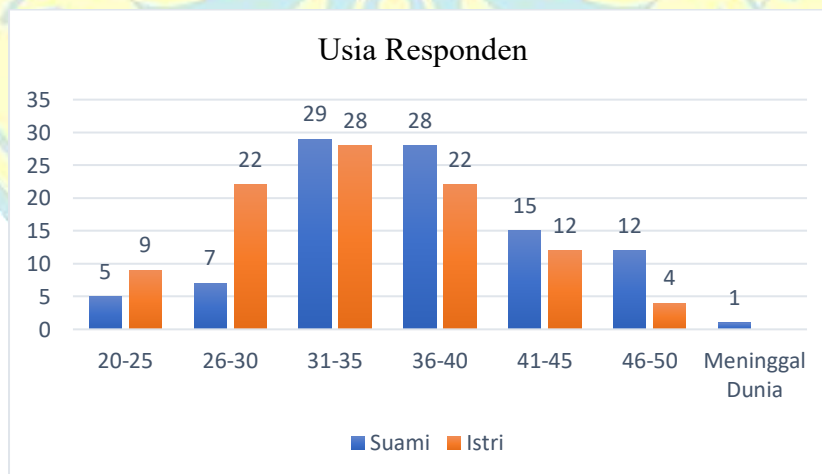
4.1 Deskripsi Data

4.1.1 Deskripsi Karakteristik Responden

Penelitian ini terdiri dari dua variabel, yaitu fasilitas ramah keluarga sebagai Variabel bebas dilambangkan dengan (X) dan keputusan menginap sebagai variabel terikat dilambangkan dengan (Y). Responden penelitian sebanyak 97 orang dengan masing-masing mewakili setiap keluarga yang memiliki pengalaman menginap bersama keluarga di hotel sekitar DKI Jakarta dan berdomisili dari Jabodetabek. Rentang usia responden yang terdiri dari suami dan istri adalah 20-50 tahun diperoleh dari penggunaan kuesioner yang disusun oleh peneliti yang mengacu pada Buzlu et al., (2022) dan Siwek et al (2022) untuk mengukur Variabel fasilitas ramah keluarga sedangkan untuk mengukur Variabel keputusan menginap mengacu pada (Anggraini, 2023). Total butir pernyataan pada kuesioner yang telah valid dan reliabel berjumlah 59 yang terdiri dari 34 butir variabel fasilitas ramah keluarga dan 25 butir variabel keputusan menginap.

a. Sebaran Responden Berdasarkan Usia

Bedasarkan hasil pengumpulan data melalui kuesioner yang disebarikan pada orang tua yang pernah menginap di hotel DKI Jakarta, diperoleh dari profil usia responden suami dan istri yang digambarkan pada grafik berikut:



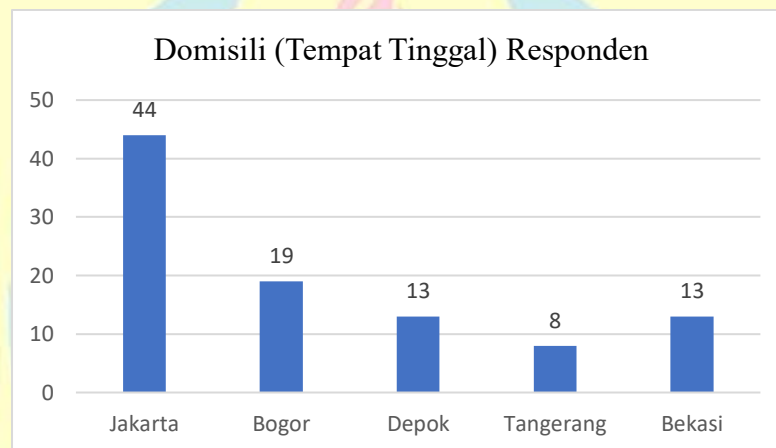
Gambar 4.1 Sebaran Responden Berdasarkan Usia

Mayoritas responden berada pada usia produktif, pada data usia suami dengan rentang usia 31-35 tahun dengan presentase 29,90% responden sedangkan istri

memiliki konsentrasi sebesar 28,87% responden. Secara teoritis kelompok usia ini berada pada tahap siklus hidup keluarga berkembang (*Expanding Family* atau *Full Nest*). Orang tua dengan umur di atas 25 tahun keatas dianggap memiliki umur yang matang dan siap untuk mendidik serta merawat anaknya dibandingkan dengan umur yang kurang dari 25 tahun (Indriana, 2022).

b. Sebaran Responden Berdasarkan Domisili Tempat Tinggal

Pencantuman karakteristik berdasarkan domisili tempat tinggal responden merupakan aspek penting, karena dapat memastikan bahwa responden melakukan kegiatan *staycation* yaitu kegiatan liburan yang dilakukan di dekat rumah dengan jarak kurang lebih 50 mil (Alifah & Suhirman, 2023).

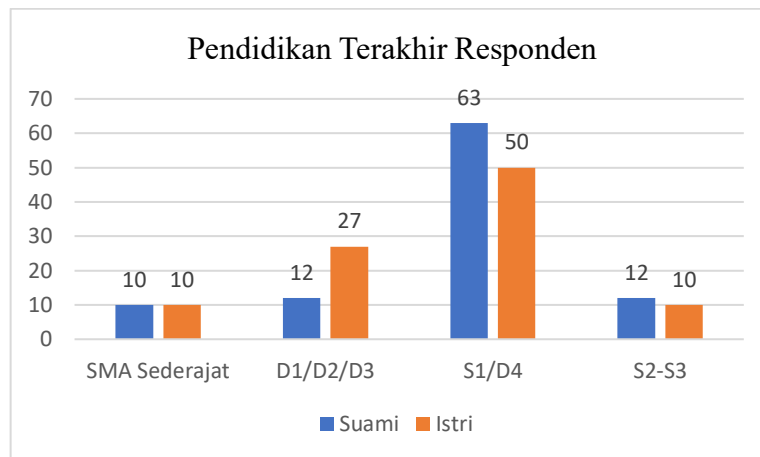


Gambar 4.2 Sebaran Responden Berdasarkan Domisili

Temuan data pada gambar di atas berkaitan dengan fenomena *staycation* dalam industri pariwisata. Mengingat mayoritas responden memiliki presentase sebanyak 45,36% responden adalah warga DKI Jakarta asli ditambah dengan warga sekitar DKI Jakarta seperti, Bogor, Depok, Tangerang, dan Bekasi sebesar 54,64% responden.

c. Sebaran Responden Berdasarkan Pendidikan Terakhir Orang Tua

Karakteristik berdasarkan pendidikan orang tua wajib dicantumkan karena berdasarkan hasil penelitian Madrigal, (2015) menyatakan bahwa semakin lama pendidikan formal yang diselesaikan oleh orang tua, semakin besar persepsi mereka tentang melibatkan anak dalam memberikan keputusan dalam menentukan perjalanan liburan.

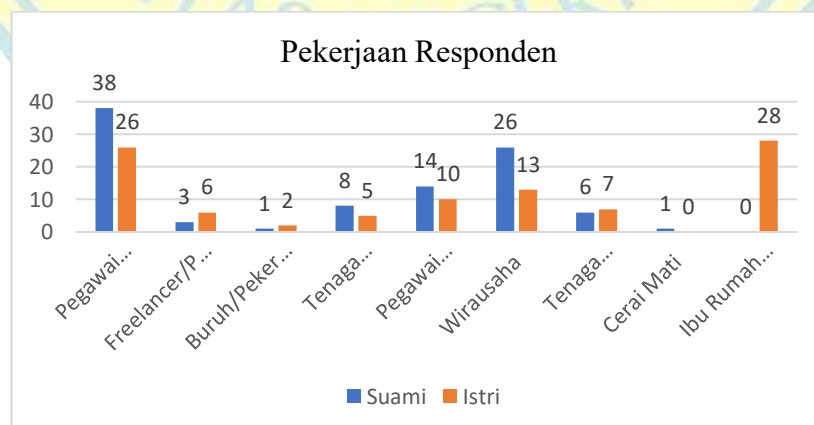


Gambar 4.3 Sebaran Responden Berdasarkan Pendidikan

Dapat dilihat pada gambar diagram di atas menunjukkan bahwa pendidikan terakhir orang tua didominasi oleh lulusan S1 atau D4 dengan besaran suami 64,95% responden dan istri 51,55% responden serta lulusan SMA Sederajat memiliki rentang nilai yang sama rendahnya pada suami dan istri sebesar 10,31% responden. Kondisi ini mengindikasikan bahwa sebagian besar responden memiliki latar belakang pendidikan yang tinggi dan memadai dalam memperoleh, memahami dan mengevaluasi informasi sebelum memutuskan untuk menginap di hotel bersama keluarga.

d. Sebaran Responden Berdasarkan Pekerjaan Responden

Karakteristik responden berdasarkan pekerjaan orang tua perlu disajikan untuk memberikan gambaran mengenai kondisi sosial ekonomi responden. Penyajian ini penting karena jenis pekerjaan dapat memengaruhi tingkat pendapatan, gaya hidup, pola konsumsi, serta preferensi seseorang dalam memiliki barang maupun jasa.

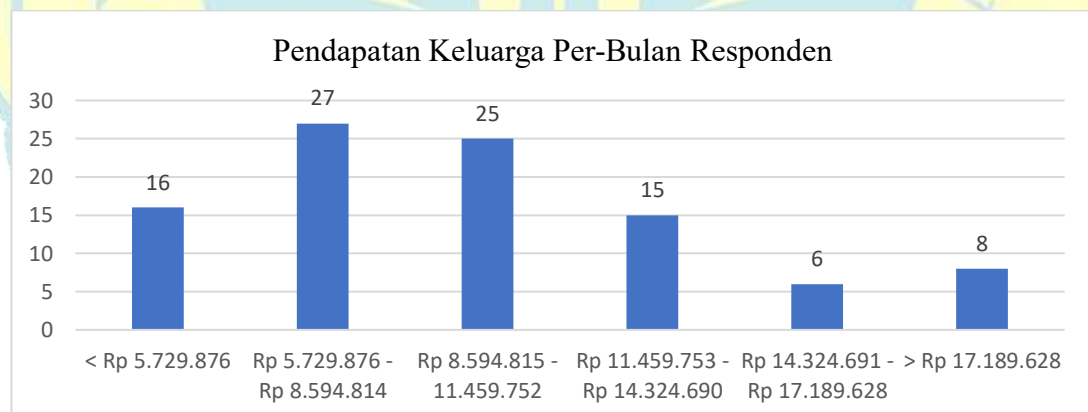


Gambar 4.4 Sebaran Responden Berdasarkan Pekerjaan

Pada gambar diagram di atas, menjelaskan bahwa data didominasi oleh pekerjaan suami sebagai pegawai swasta memiliki persentase sebesar 39,17% responden, kemudian diikuti oleh wirausaha sebesar 26,80% responden. Sementara itu istri didominasi oleh ibu rumah tangga sebesar 28,86% responden dan pegawai swasta sebesar 26,80% responden. Selain itu, terdapat keluarga yang kedua nya sama-sama bekerja, sedangkan sebagian lainnya memiliki istri yang berperan sebagai ibu rumah tangga. Keberagaman kondisi pekerjaan tersebut menggambarkan bahwa setiap keluarga memiliki kebutuhan yang berbeda. Kondisi sosial ekonomi keluarga seperti pendapatan dan pekerjaan dapat memengaruhi perilaku perjalanan wisata, termasuk pilihan akomodasi dan pengeluaran selama perjalanan (Chen & Ho, 2022).

e. Sebaran Responden Berdasarkan Pendapatan Responden

Pendapatan keluarga pada penelitian ini di kelompokkan berdasarkan Keputusan Gubernur Daerah Khusus Ibukota Jakarta No. 1142 Tahun 2025 menetapkan upah minimum Provinsi Daerah Khusus Ibukota Jakarta Tahun 2026 sebesar Rp5.729.876,00. Pengelompokan ini bertujuan untuk memberikan gambaran kemampuan ekonomi keluarga berdasarkan standar upah minimum yang berlaku di wilayah penelitian.

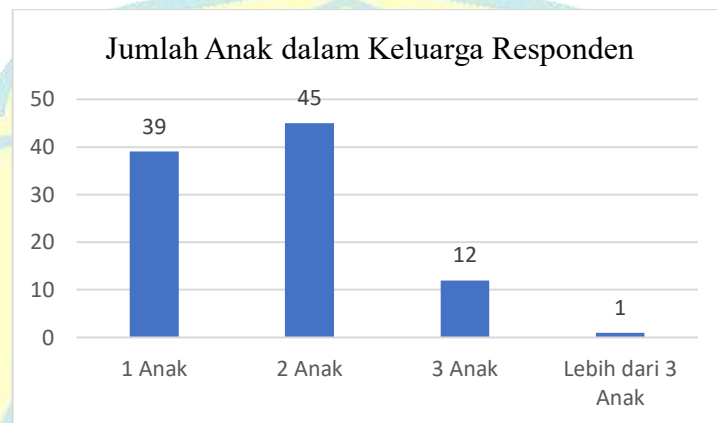


Gambar 4.5 Sebaran Responden Berdasarkan Pendapatan

Berdasarkan gambar di atas mayoritas responden memiliki pendapatan keluarga pada kategori 1-2 kali UMP DKI Jakarta, yaitu sebanyak 27,83% responden. Selanjutnya disusul oleh pendapatan 2-3 kali UMP sebanyak 25,77% responden, sedangkan responden yang pendapatannya di bawah UMP sebanyak 16,49% responden. Hal ini menunjukkan bahwa Sebagian besar keluarga responden berada pada kelompok ekonomi menengah berdasarkan acuan UMP DKI Jakarta.

f. Sebaran Responden Berdasarkan Jumlah Anak dalam Keluarga

Jumlah anak dalam sebuah keluarga perlu disajikan untuk memberikan gambaran mengenai struktur keluarga responden yang menjadi objek penelitian karena dapat memengaruhi keputusan, preferensi, dan pola pengambilan keputusan dalam mengonsumsi produk atau jasa termasuk memilih hotel. Khoo-lattimore, (2015) menjelaskan bahwa keberadaan anak dalam keluarga memengaruhi kebutuhan dan pertimbangan orang tua ketika memilih hotel.

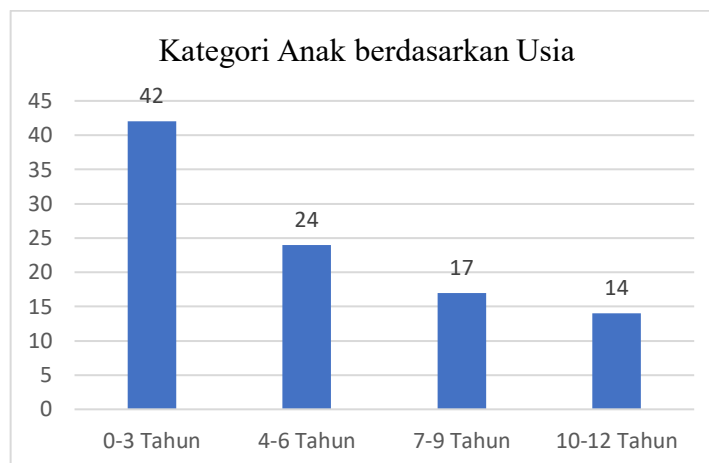


Gambar 4.6 Sebaran Responden Berdasarkan Jumlah Anak dalam Keluarga

Berdasarkan diagram di atas sebanyak 46,39 responden yang memiliki 2 orang anak dan sebanyak 40,20% responden yang memiliki 1 anak serta sisanya menunjukkan responden yang memiliki anak lebih dari 2 orang anak. Kondisi ini menggambarkan bahwa mayoritas responden berasal dari keluarga ini, yang umumnya memiliki kebutuhan akan fasilitas hotel yang mendukung kenyamanan seluruh anggota keluarga.

g. Sebaran Responden Berdasarkan Usia Anak

Karakteristik berdasarkan usia anak perlu disajikan karena usia anak salah satu aspek yang memengaruhi kebutuhan keluarga terhadap fasilitas dan layanan selama menginap di hotel. Setiap kelompok usia juga memiliki perkembangan yang berbeda sehingga memerlukan fasilitas yang berbeda sesuai dengan kebutuhannya.



Gambar 4.7 Sebaran Responden Berdasarkan Kategori Usia Anak

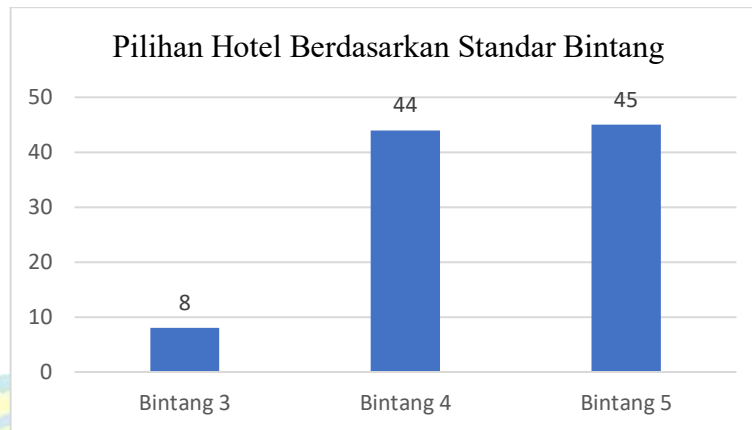
Berdasarkan diagram di atas diketahui bahwa kategori usia anak didominasi oleh anak berusia 0-3 tahun, yaitu sebanyak 43,30% anak. Selanjutnya, kategori 4-6 tahun yang berjumlah 24,74% anak. Hal ini dapat dikaitkan tentang tahap *Child-bearing* dari teori Evelyn M. Duvall yaitu fase kedua dalam siklus kehidupan di mana keluarga yang dimulai dari kelahiran anak pertama hingga berusia 30 bulan di mana orang tua menciptakan lingkungan rumah yang aman dan nyaman, serta pemeliharaan stabilitas. Dalam tahap ini orang tua masih mencoba untuk mengurangi tekanan emosional, fisik dari kelelahan dan stress bersama pasangan. Sedangkan pada usia anak 2,5 tahun sampai 6 tahun pada anak membuat orang tua harus menyesuaikan diri untuk memberikan stimulasi positif bagi pertumbuhan kognitif dan sosial-emosionalnya (Arifah & Rosada, 2026). Di temukan juga dalam penelitian Tseng et al., (2023) keluarga dengan usia anak 3-6 tahun lebih suka menginap di hotel.

Maka dari itu usia anak pada grafik di atas menunjukkan bahwa sebagian besar responden masih membutuhkan fasilitas hotel yang mendukung keamanan, kenyamanan, serta aktivitas yang sesuai dengan tahap perkembangan anak. Temuan ini sejalan dengan penelitian Lee et al., (2023) bahwa karakteristik keluarga termasuk usia anak memengaruhi preferensi wisata keluarga dalam memilih akomodasi dan fasilitas selama perjalanan.

h. Sebaran Responden Berdasarkan Standar Bintang Hotel

Klasifikasi bintang hotel merupakan salah satu indikator yang menunjukkan tingkat kualitas fasilitas, pelayanan, dan kelengkapan sarana yang dimiliki oleh sebuah

hotel. Karakteristik hotel termasuk klasifikasi hotel, merupakan salah satu faktor yang dipertimbangkan konsumen dalam proses pemilihan hotel (Uca et al., 2017).

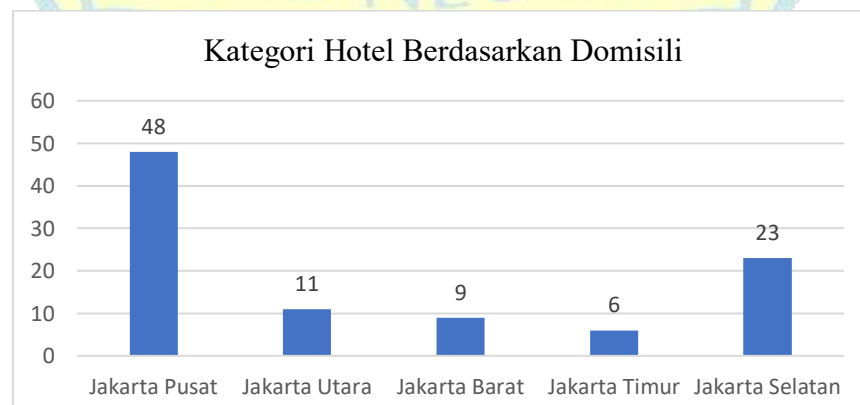


Gambar 4.8 Sebaran Responden Pilihan Hotel Berdasarkan Standar Bintang

Berdasarkan diagram di atas diketahui mayoritas responden memilih dan pernah menginap di hotel bintang 5 sebanyak 46,39% responden. Selanjutnya responden yang memilih dan pernah menginap di hotel bintang 4 sebanyak 45,83%. Hasil tersebut menunjukkan sebagian besar responden lebih memilih hotel bintang 4 dan bintang 5. Kondisi ini memperlihatkan responden cenderung memilih hotel yang menawarkan fasilitas dan pelayanan yang lebih lengkap, khusus nya fasilitas yang menunjang kebutuhan keluarga selama menginap.

i. Sebaran Responden Berdasarkan Kota Hotel Berada

Koçoğlu et al., (2022) Menjelaskan bahwa lokasi hotel merupakan salah satu faktor yang dipertimbangkan keluarga yang memiliki anak dalam memilih hotel untuk berlibur. Oleh karena itu, penyajian karakteristik berdasarkan wilayah hotel perlu dilakukan untuk memberikan gambaran mengenai preferensi lokasi responden.

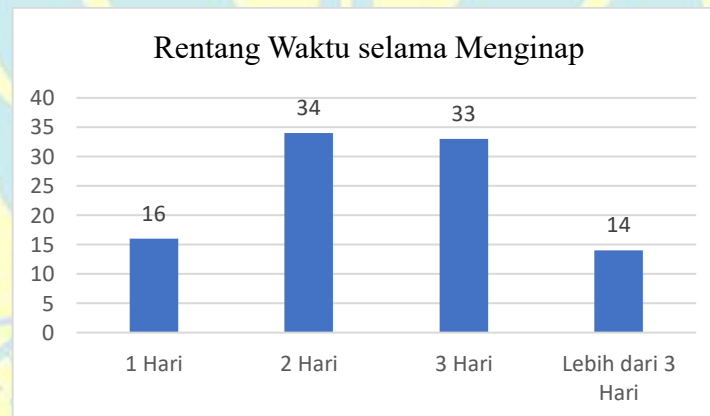


Gambar 4.9 Sebaran Responden Pilihan Hotel Berdasarkan Domisili

Hasil dari diagram di atas menunjukkan bahwa sebagian besar responden cenderung memilih hotel yang berlokasi di Jakarta Pusat. Wilayah tersebut menjadi lokasi yang lebih diminati sebagai tujuan menginap keluarga dibandingkan wilayah DKI Jakarta lainnya. Lokasi tersebut memiliki latarbelakang berupa akses transportasi yang baik, menjadi pusat kegiatan bisnis dan pemerintahan, serta memiliki banyak pusat perbelanjaan, destinasi wisata, dan hotel dengan fasilitas lengkap. Hal ini dapat mendukung kegiatan *staycation* yang tidak membutuhkan perjalanan yang jauh dari tempat tinggal responden.

j. Sebaran Responden Berdasarkan Rentang Waktu Menginap

Lama menginap merupakan salah satu karakteristik perilaku wisatawan yang penting karena berkaitan dengan kebutuhan terhadap fasilitas, aktivitas, serta pelayanan yang disediakan oleh hotel. Semakin lama wisatawan menginap semakin besar kemungkinan mereka memanfaatkan berbagai fasilitas hotel selama masa tinggalnya.

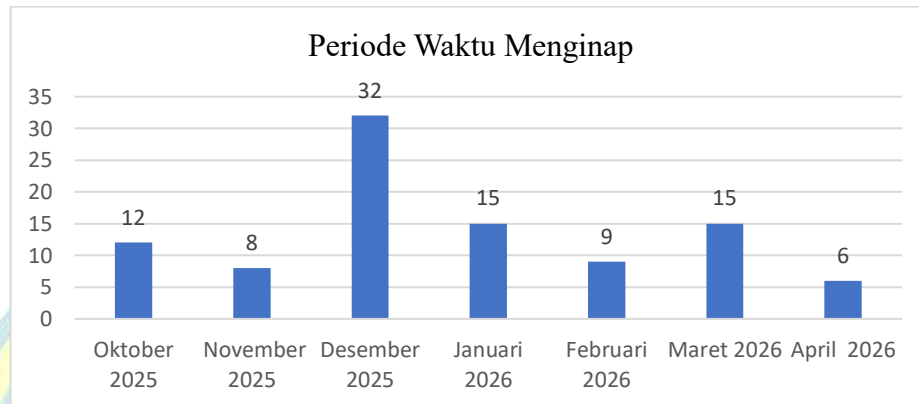


Gambar 4.110 Sebaran Responden Berdasarkan Rentang Waktu Menginap

Berdasarkan diagram di atas responden lebih memilih menginap bersama keluarga sangat perlu, hal ini dapat menggambarkan bahwa mayoritas responden menghabiskan waktu hanya 2 hari sampai 3 hari selama menginap di hotel dengan rentang persentase yang tidak jauh berbeda sebesar 35,05% dan 34,02%. Rentang waktu menginap menggambarkan responden mengenai pola penggunaan jasa hotel dan menjadi informasi pendukung dalam memahami konteks penelitian.

k. Sebaran Responden Berdasarkan Terakhir Kali Menginap di Hotel

Karakteristik responden berdasarkan bulan menginap perlu disajikan untuk memberi gambaran mengenai periode kunjungan responden selama menggunakan jasa hotel.

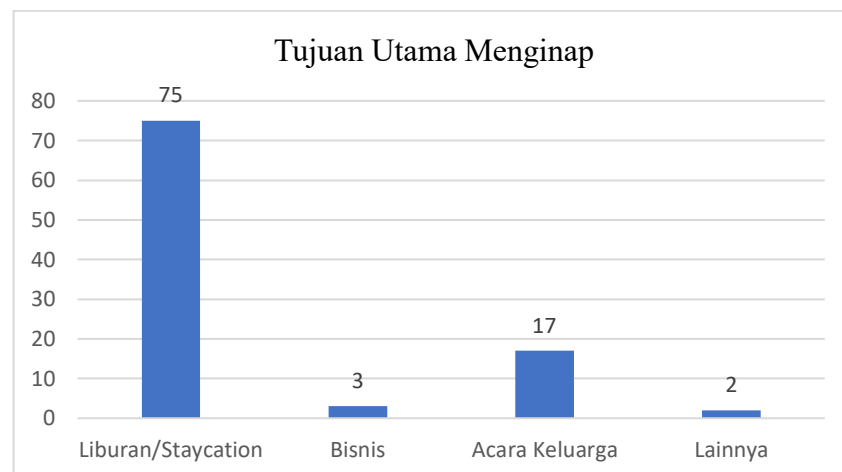


Gambar 4.11 Sebaran Responden Berdasarkan Periode Waktu Menginap

Berdasarkan gambar di atas bahwa mayoritas responden menginap pada bulan Desember 2025 sebanyak 32,98% responden. Selanjutnya responden pada bulan Januari 2026 dan Maret 2026 masing-masing sebanyak 15,46% responden. Hasil tersebut menunjukkan bahwa sebagian besar responden melakukan kegiatan menginap pada periode waktu kunjungan wisatawan mencapai tingkat yang tinggi atau biasa disebut dengan *high season*. Terlihat jumlah terbanyak terjadi pada bulan Desember 2025, Januari 2026, dan Maret 2026, di mana pada bulan tersebut pada kalender akademik di Indonesia bertepatan dengan hari libur akhir semester, hari libur nasional dan cuti bersama.

l. Sebaran Responden Berdasarkan Tujuan Utama Menginap

Karakteristik responden mengenai tujuan utama menginap, sangat penting untuk dicantumkan. Informasin ini membantu untuk menunjukkan konteks perjalanan responden sehingga pembaca dapat memahami alasan orang tua memilih hotel dan dapat memengaruhi kebutuhan terhadap fasilitas hotel



Gambar 4.12 Sebaran Responden Berdasarkan Tujuan Utama Menginap

Berdasarkan gambar diagram di atas, diketahui bahwa sebagian besar responden memiliki tujuan menginap untuk liburan atau *staycation*, yaitu sebanyak 77,31% responden. Hasil tersebut menunjukkan bahwa mayoritas responden memilih hotel sebagai sarana untuk berlibur atau melakukan *staycation* bersama keluarga. Kondisi ini sejalan dengan karakteristik penelitian yang berfokus pada orang tua sebagai pengguna hotel, sehingga kebutuhan fasilitas ramah keluarga menjadi aspek yang penting. Sementara itu responden yang menginap untuk keperluan bisnis maupun tujuan lainnya memiliki jumlah yang relatif sedikit, sehingga dapat disimpulkan bahwa Sebagian besar keputusan menginap hotel dalam penelitian ini didorong oleh kebutuhan rekreasi dan aktivitas keluarga.

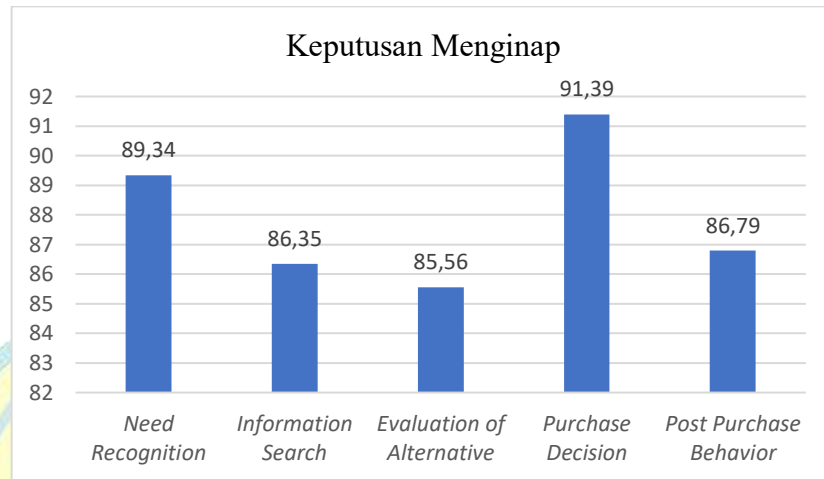
4.1.2 Hasil Analisis Deskripsi Variabel Penelitian

4.1.2.1 Deskripsi Variabel Keputusan Menginap

Keputusan menginap merupakan bagian dari proses pengambilan keputusan konsumen, yaitu tindakan individu atau kelompok dalam menentukan satu alternatif terbaik dari berbagai pilihan yang tersedia. Proses ini melibatkan pertimbangan rasional maupun emosional terhadap penawaran produk atau jasa, serta dipengaruhi oleh gaya, perilaku, dan stimulus yang mendorong konsumen untuk bertindak. Dengan demikian keputusan menginap dapat dipahami sebagai hasil akhir dari proses evaluasi alternatif yang dilakukan konsumen sebelum menentukan pilihan yang dianggap paling sesuai dengan kebutuhan dan keinginannya.

Dimensi yang digunakan pada Variabel keputusan menginap yang di di

kemukakan oleh Kotler & Amstrong (2006) tentang *Purchasing Decision Process* yang terdiri dari *need recognition*, *information search*, *evaluation of alternative*, *purchase decision*, *post-purchase behavior*.



Gambar 4.13 Diagram Sebaran Data Variabel Y

Berdasarkan diagram di atas, dapat diketahui bahwa dimensi tertinggi dari keputusan menginap adalah dimensi *purchase decision*, sedangkan dimensi dengan angka terendah berada pada dimensi *evaluation of alternative*. Masing-masing dimensi hanya berbeda sangat tipis.

a. Dimensi *Need Recognition*

Need Recognition merupakan tahap awal dari proses keputusan konsumen. Pembeli menyadari suatu masalah atau kebutuhan. Kebutuhan tersebut dipengaruhi oleh rangsangan internal ketika salah satu kebutuhan normal seseorang seperti mempertimbangkan hotel yang ingin dituju, mempertimbangkan staf hotel yang komunikatif dan lainnya. Berikut adalah Tabel yang menunjukkan kategori sebaran hasil dari tanggapan responden dalam dimensi ini:

Tabel 4.1 Kategori Sebaran Responden Pada Dimensi *Need Recognition*

No	Kategori Variabel Keputusan Menginap	Jumlah	Presentase
1	Rendah ($< 80,28$)	12	12,37
2	Sedang ($80,28 \leq x < 98,40$)	56	57,73
3	Tinggi ($>98,40$)	29	29,90
Total		97	100
Mean $\pm$ Standar Deviasi		89,34 $\pm$ 9,06	

Berdasarkan Tabel di atas diketahui bahwa Sebagian besar responden berada pada kategori sedang, yaitu sebanyak 56 responden. Responden yang termasuk kategori

rendah sebanyak 12 responden dan reponden pada kategori tinggi hanya sebanyak 29 responden. Hasil tersebut menunjukkan bahwa persepsi responden terhadap dimensi *Need Recognition* cenderung berada pada kategori sedang. Sebagian besar orang tua telah menyadari pentingnya menginap di hotel yang sesuai dengan kebutuhan keluarga, khususnya ketika menginap bersama anak. Dibawah Ini merupakan uraian sebaran responden dari butir pernyataan yang ada pada dimensi *Need Recognition*.

Tabel 4.2 Sebaran Responden Berdasarkan Tanggapan pada *Need Recognition*

No	Pernyataan	Tanggapan (%)				Total (%)
		STS	TS	S	SS	
1	Saya mempertimbangkan hotel yang dapat memenuhi kebutuhan ketika <i>staycation</i> bersama keluarga.	0,00	1,03	28,87	70,10	100
2	Saya mempertimbangkan hotel yang stafnya komunikatif atau responsif terhadap kebutuhan keluarga saya.	0,00	0,00	27,84	72,16	100
3	Saya mempertimbangkan staf hotel yang dapat berbicara sesuai dengan bahasa yang saya gunakan	0,00	0,00	46,39	53,61	100
4	Saya memilih hotel yang lokasinya strategis dan dekat dengan tujuan kegiatan.	0,00	0,00	22,68	77,32	100

Keterangan: STS: Sangat Tidak Setuju, TS: Tidak Setuju, S: Setuju, SS: Sangat Setuju

Berdasarkan tabel di atas tanggapan responden didominasi oleh jawaban setuju (S) dan jawaban sangat setuju (SS) pada seluruh indikator. Indikator yang memperoleh persentase sangat setuju tertinggi terdapat pada pernyataan "Saya memilih hotel yang lokasinya strategis dan dekat dengan tujuan kegiatan." Sebanyak 77,32%. Terdapat Persentase sangat setuju terendah pada indikator "saya mempertimbangkan staf hotel yang dapat berbicara sesuai dengan bahasa yang saya gunakan" sebesar 53,61%, meskipun mendapatkan persentase terendah dibandingkan indikator lainnya seluruh responden tetap memberikan tanggapan positif karena tidak terdapat jawaban sangat tidak setuju maupun tidak setuju pada indikator tersebut.

Secara keseluruhan, hasil penelitian menunjukkan bahwa orang tua telah menyadari pentingnya mempertimbangkan berbagai aspek seperti kemampuan hotel

memenuhi kebutuhan keluarga dan kualitas pelayanan staf sebelum memutuskan memilih hotel untuk menginap bersama keluarga.

b. Dimensi *Information Search*

Information Search merupakan perilaku konsumen yang menemukan informasi dari beberapa sumber, ketika semakin banyak informasi yang diperoleh kesadaran konsumen dan pengetahuan akan merek dan fitur yang tersedia meningkat. Setelah kebutuhan akomodasi dikenali, maka pelanggan mulai berkumpul untuk mencari informasi yang melibatkan pencarian hotel sesuai dengan faktor seperti lokasi, harga, fasilitas, tipe kamar, ulasan dan lainnya. Berikut adalah Tabel yang menunjukkan kategori sebaran hasil dari tanggapan responden dalam dimensi ini:

Tabel 4.3 Kategori Sebaran Responden Pada Dimensi *Information Search*

No	Kategori Variabel Keputusan Menginap	Jumlah	Presentase
1	Rendah ($< 77,75$)	14	14,43
2	Sedang ($77,75 \leq x < 94,95$)	61	62,89
3	Tinggi ($> 94,95$)	22	22,68
Total		97	100
Mean $\pm$ Standar Deviasi		86,35 $\pm$ 8,60	

Berdasarkan Tabel di atas, diketahui bahwa Sebagian besar responden berada pada kategori sedang, yaitu sebanyak 61 responden. Responden yang berada pada kategori tinggi berjumlah 22 responden, sedangkan responden yang termasuk kategori rendah hanya sebanyak 14 responden. Hasil tersebut menunjukkan bahwa Tingkat pencarian informasi responden dalam memilih hotel berada pada kategori tinggi. Hal ini mengindikasikan bahwa sebelum memutuskan memilih hotel, sebagian besar orang tua secara aktif mencari dan membandingkan berbagai informasi mengenai hotel yang akan dipilih.

Dibawah Ini merupakan uraian sebaran responden dari butir pernyataan yang ada pada dimensi *Information Search*.

Tabel 4.4 Sebaran Responden Berdasarkan Tanggapan pada *Information Search*

No	Pernyataan	Tanggapan (%)				Total (%)
		STS	TS	S	SS	
1	Saya mencari informasi tentang hotel ramah keluarga sebelum memutuskan menginap bersama keluarga.	0,00	1,03	30,93	68,04	100

No	Pernyataan	Tanggapan (%)				Total (%)
		STS	TS	S	SS	
2	Saya mencari informasi tentang fasilitas hotel sebelum memutuskan untuk menginap.	1,03	1,03	36,08	61,86	100
3	Saya mencari informasi tentang akses jalan menuju hotel terlebih dahulu sebelum memutuskan menginap.	0,00	0,00	39,18	60,82	100
4	Saya mencari informasi tentang layanan yang disediakan hotel, seperti sarapan, <i>shuttle</i> , dan layanan keluarga lainnya sebelum memutuskan untuk menginap.	0,00	1,03	32,99	65,98	100
5	Saya mencari informasi tentang aktivitas keluarga yang diselenggarakan oleh hotel seperti, <i>cooking class</i> , kelas seni dan lainnya, sebelum memutuskan menginap.	0,00	13,40	42,27	44,33	100
6	Saya mencari informasi tentang harga yang ditawarkan hotel sebelum memutuskan untuk menginap.	0,00	1,03	23,71	75,26	100
7	Saya mencari informasi tentang <i>benefit</i> yang akan didapatkan dari hotel sebelum memutuskan untuk menginap.	1,03	3,09	34,02	61,86	100

Keterangan: STS: Sangat Tidak Setuju, TS: Tidak Setuju, S: Setuju, SS: Sangat Setuju

Berdasarkan tabel di atas tanggapan responden didominasi oleh jawaban setuju dan sangat setuju pada seluruh indikator. Indikator yang diperoleh persentasi sangat setuju tertinggi terdapat pada pernyataan "Saya mencari informasi tentang harga yang ditawarkan hotel sebelum memutuskan untuk menginap" sebanyak 75,26% responden. Indikator "Saya mencari informasi tentang aktivitas keluarga yang diselenggarakan oleh hotel, seperti *cooking class*, kelas seni, dan kegiatan lainnya" memperoleh persentase sangat setuju paling rendah yaitu sebesar 44,33%. Hasil ini mengindikasikan bahwa aktivitas keluarga merupakan faktor yang tetap dipertimbangkan oleh responden, namun belum menjadi prioritas utama dibandingkan informasi mengenai harga, fasilitas, maupun layanan hotel.

Secara keseluruhan dimensi ini memperoleh tanggapan yang sangat baik dengan di dominasi jawaban sangat setuju dan setuju menunjukkan bahwa orang tua cenderung melakukan pencarian informasi mengenai harga, fasilitas ramah keluarga, layanan hotel, akses lokasi, serta berbagai manfaat yang ditawarkan menjadi pertimbangan penting dalam menentukan hotel yang sesuai dengan kebutuhan keluarga.

c. Dimensi *Evaluation of Alternative*

Evaluation of Alternative yaitu bagaimana konsumen memproses informasi untuk sampai pada pilihan merek, tahap membandingkan berbagai pilihan hotel berdasarkan informasi yang dikumpulkan, lalu konsumen mempersempit pilihannya ke beberapa hotel yang paling sesuai dengan kebutuhan. Berikut adalah Tabel yang menunjukkan kategori sebaran hasil dari tanggapan responden dalam dimensi ini:

Tabel 4.5 Kategori Sebaran Responden Pada Dimensi *Evaluation of Alternative*

No	Kategori Variabel Keputusan Menginap	Jumlah	Presentase
1	Rendah ($< 73,02$)	7	7,22
2	Sedang ($73,02 \leq x < 98,11$)	62	63,92
3	Tinggi ($>98,11$)	28	28,87
Total		97	100
Mean $\pm$ Standar Deviasi		85,56 $\pm$ 12,54	

Berdasarkan Tabel di atas, mayoritas responden berada pada kategori sedang sebanyak 62 responden, diikuti kategori tinggi sebanyak 28 responden dan kategori rendah sebanyak 7 responden. Hasil ini menunjukkan bahwa Sebagian besar orang tua melakukan evaluasi terhadap beberapa alternatif hotel sebelum memutuskan menginap, terutama dengan mempertimbangkan fasilitas ramah keluarga, Lokasi, harga, dan kualitas layanan. Dibawah Ini merupakan uraian sebaran responden dari butir pernyataan yang ada pada dimensi *Evaluation of Alternative*.

Tabel 4.6 Sebaran Responden Berdasarkan Tanggapan pada *Evaluation of Alternative*

No	Pernyataan	Tanggapan (%)				Total (%)
		STS	TS	S	SS	
1	Saya membandingkan harga hotel ramah keluarga di sekitar lokasi sebelum memutuskan untuk menginap bersama keluarga.	0,00	1,03	28,87	70,10	100

No	Pernyataan	Tanggapan (%)				Total (%)
		STS	TS	S	SS	
2	Saya memilih hotel tersebut karena menawarkan <i>benefit</i> yang lebih unggul bagi keluarga saya.	0,00	2,06	35,05	62,89	100
3	Saya memilih hotel tersebut karena banyak menawarkan promosi yang lebih menarik terkait fasilitas ramah keluarga dibandingkan hotel lainnya.	0,00	4,12	37,11	58,76	100

Keterangan: STS: Sangat Tidak Setuju, TS: Tidak Setuju, S: Setuju, SS: Sangat Setuju

Berdasarkan Tabel di atas secara umum responden menjawab setuju dan sangat setuju pada seluruh indikator. Indikator yang memperoleh persentase tertinggi sangat setuju pada pernyataan "Saya membandingkan harga hotel ramah keluarga di sekitar lokasi sebelum memutuskan untuk menginap bersama keluarga." sebanyak 70,10%, sedangkan 28,87% menyatakan setuju. Hasil tersebut menunjukkan bahwa harga merupakan salah satu aspek utama yang dibandingkan oleh orang tua sebelum menentukan pilihan hotel.

Indikator "Saya memilih hotel tersebut karena banyak menawarkan promosi yang lebih menarik terkait fasilitas ramah keluarga dibandingkan hotel lainnya." mendapatkan persentase sangat setuju terendah sebanyak 58,76%. Meskipun memiliki persentase sangat setuju terendah, mayoritas responden tetap memberikan tanggapan yang positif. Hal ini menunjukkan bahwa responden memiliki kecenderungan yang baik dalam melakukan evaluasi terhadap berbagai alternatif hotel sebelum mengambil keputusan untuk menginap.

d. Dimensi *Purchase Decision*

Purchase Decision digunakan untuk mengetahui keputusan akhir orang tua dalam memilih hotel setelah melalui tahapan pengenalan kebutuhan, pencarian informasi, dan evaluasi terhadap berbagai alternatif hotel. Keputusan tersebut tercermin dari keyakinan responden dalam menentukan hotel yang dianggap paling sesuai dengan kebutuhan keluarga. Berikut adalah Tabel yang menunjukkan kategori sebaran hasil dari tanggapan responden dalam dimensi ini:

Tabel 4.7 Kategori Sebaran Responden Pada *Dimensi Purchase Decision*

No	Kategori Variabel Keputusan Menginap	Jumlah	Prersentase
1	Rendah ($< 83,23$)	10	10,31
2	Sedang ($83,23 \leq x < 99,54$)	56	57,73
3	Tinggi ($>99,54$)	31	31,96
Total		97	100
Mean $\pm$ Standar Deviasi		91,39 $\pm$ 8,15	

Diketahui bahwa Sebagian besar responden berada pada kategori tinggi, yaitu sebanyak 31 responden. Responden yang berada pada kategori sedang sebanyak 56 responden, sedangkan yang termasuk kategori rendah hanya sebanyak 10 responden. Hasil tersebut menunjukkan bahwa dimensi ini berada pada kategori sedang, yang mengindikasikan sebagian besar orang tua telah memiliki keyakinan yang kuat dalam mengambil keputusan menginap hotel yang sesuai dengan kebutuhan keluarga. Dibawah Ini merupakan uraian sebaran responden dari butir pernyataan yang ada pada dimensi *Purchase Decision*.

Tabel 4.8 Sebaran Responden Berdasarkan Tanggapan pada *Purchase Decision*

No	Pernyataan	Tanggapan (%)				Total (%)
		STS	TS	S	SS	
1.	Saya menginap di hotel tersebut karena memiliki standar kualitas yang baik.	0,00	1,03	20,62	78,35	100
2.	Saya menginap di hotel tersebut karena sesuai dengan kebutuhan keluarga saya.	0,00	1,03	26,80	72,16	100
3.	Saya menginap di hotel tersebut karena memiliki standar keamanan yang baik.	0,00	2,06	24,74	73,20	100
4.	Saya menginap di hotel tersebut karena memberikan kenyamanan yang sesuai untuk keluarga saya.	0,00	0,00	26,80	73,20	100
5.	Saya memutuskan menginap di hotel yang memiliki fasilitas ramah keluarga, setelah mencari informasi dan membandingkan harga yang ditawarkan.	0,00	2,06	32,99	64,95	100
6.	Saya memutuskan menginap di hotel yang memiliki fasilitas ramah keluarga, setelah mencari informasi dan membandingkan manfaat yang didapatkan.	0,00	2,06	23,71	74,23	100

Keterangan: STS: Sangat Tidak Setuju, TS: Tidak Setuju, S: Setuju, SS: Sangat Setuju

Secara umum tanggapan responden didominasi oleh jawaban sangat setuju dan setuju pada seluruh indikator dimensi *Purchase Decision*. Hal ini menunjukkan bahwa Sebagian besar orang tua memiliki keyakinan yang tinggi dalam memutuskan memilih hotel setelah mempertimbangkan berbagai aspek yang berkaitan dengan kebutuhan keluarga. Indikator tertinggi dalam persentase sangat setuju diperoleh sebanyak 78,35% pada pernyataan ” saya menginap di hotel tersebut karena memiliki standar kualitas yang baik”. Sementara itu indikator “Saya memutuskan menginap di hotel yang memiliki fasilitas ramah keluarga setelah mencari informasi dan membandingkan harga yang ditawarkan” memperoleh point sangat setuju terendah sebanyak 64,95%. Kualitas, keamanan, kenyamanan, serta kesesuaian hotel dengan kebutuhan keluarga menjadi pertimbangan utama orang tua dalam mengambil keputusan menginap, sedangkan proses perbandingan harga dan fasilitas tetap menjadi bagian penting dalam mendukung keputusan tersebut.

e. Dimensi *Post Purchase Behaviour*

Post Purchase Behaviour yaitu untuk mengetahui perilaku konsumen setelah menggunakan suatu produk atau jasa. Apabila kinerja produk atau jasa sesuai bahkan melebihi harapan, konsumen akan merasa puas dan berpotensi melakukan pembelian ulang serta merekomendasikannya kepada orang lain, begitupun sebaliknya. Berikut adalah Tabel yang menunjukkan kategori sebaran hasil dari tanggapan responden dalam dimensi ini:

Tabel 4.9 Kategori Sebaran Responden Pada Dimensi *Post Purchase Behaviour*

No	Kategori Variabel Keputusan Menginap	Jumlah	Persentase
1	Rendah ($< 75,31$)	16	16,49
2	Sedang ($75,31 \leq x < 98,26$)	58	59,79
3	Tinggi ($>98,26$)	23	23,71
Total		97	100
Mean $\pm$ Standar Deviasi		86,79 $\pm$ 11,47	

Diketahui bahwa Sebagian besar responden berada pada kategori tinggi, yaitu sebanyak 23 responden. Responden yang berada pada kategori sedang sebanyak 58 responden, sedangkan yang termasuk kategori rendah hanya sebanyak 16 responden. Hasil tersebut menunjukkan bahwa dimensi ini berada pada kategori sedang, yang mengindikasikan sebagian besar orang tua telah memiliki keyakinan yang kuat dalam

mengambil keputusan menginap hotel yang sesuai dengan kebutuhan keluarga. Dibawah Ini merupakan uraian sebaran responden dari butir pernyataan yang ada pada dimensi *Post Purchase Behaviour*.

Tabel 4.10 Sebaran Responden Berdasarkan Tanggapan pada *Post Purchase Decision*

No	Pernyataan	Tanggapan (%)				Total (%)
		STS	TS	S	SS	
1	Saya merasa puas setelah menginap di hotel tersebut, sehingga saya berniat untuk menginap kembali.	0,00	2,06	34,02	63,92	100
2	Saya merasa puas terhadap pelayanan yang sepadan dengan harga, sehingga saya ingin menginap kembali di hotel tersebut.	0,00	3,09	37,11	59,79	100
3	Saya merasa puas terhadap fasilitas yang disediakan, sehingga saya ingin menginap kembali di hotel tersebut.	1,03	1,03	25,77	72,16	100
4	Saya berencana untuk menginap kembali di hotel tersebut setiap kali berkunjung ke DKI Jakarta.	0,00	2,06	44,33	53,61	100
5	Saya berencana untuk merekomendasikan hotel tersebut pada keluarga setiap kali berkunjung ke DKI Jakarta.	0,00	2,06	46,39	51,55	100

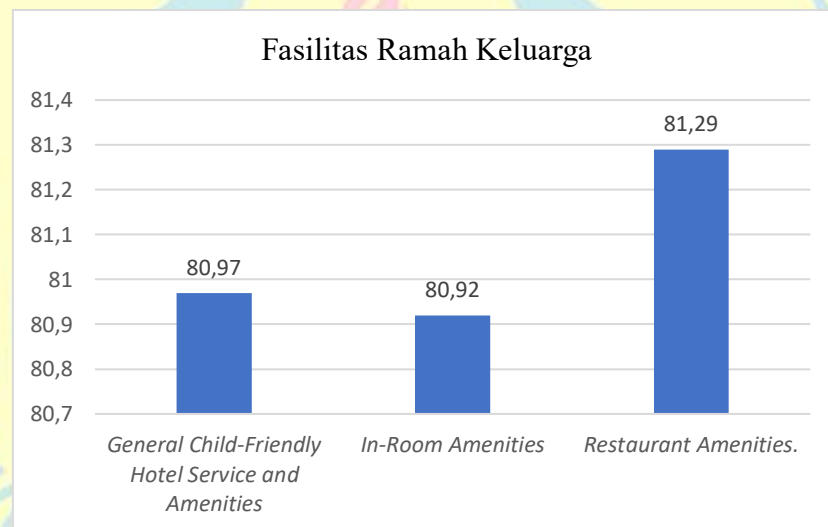
Keterangan: STS: Sangat Tidak Setuju, TS: Tidak Setuju, S: Setuju, SS: Sangat Setuju

Secara umum tanggapan pada Tabel 4.11 didominasi oleh jawaban sangat setuju dan setuju pada seluruh indikator dimensi ini. Indikator yang memperoleh persentase sangat setuju tertinggi pada pernyataan "Saya merasa puas terhadap fasilitas yang disediakan, sehingga saya ingin menginap kembali di hotel tersebut" yaitu sebesar 72,16%. Temuan ini menunjukkan bahwa kepuasan pada fasilitas hotel menjadi faktor utama yang mendorong niat responden untuk melakukan kunjungan kembali. Indikator "Saya berencana untuk menginap kembali di hotel tersebut setiap kali berkunjung ke DKI Jakarta" dan "Saya berencana untuk merekomendasikan hotel tersebut kepada keluarga setiap kali berkunjung ke DKI Jakarta" memperoleh persentase Sangat Setuju masing-masing sebesar 53,61% dan 51,55%, meskipun memperoleh persentase sangat setuju terendah, mayoritas responden tetap memberikan tanggapan yang positif. Kepuasan terhadap kualitas fasilitas dan layanan

hotel mendorong munculnya niat untuk menginap Kembali serta memberikan rekomendasi kepada keluarga atau orang lain.

4.1.2.2 Deskripsi Variabel Fasilitas Ramah Keluarga

Fasilitas ramah keluarga merupakan elemen penting dalam layanan jasa yang mencerminkan kualitas interaksi antara penyedia layanan dan konsumen. Fasilitas juga terdiri dari bentuk fisik berupa atmosfer *interior* dan *eksterior* untuk menciptakan rasa aman dan nyaman serta memudahkan konsumen dalam memenuhi kebutuhannya selama berada di hotel. Fasilitas ramah keluarga juga diukur berdasarkan tiga dimensi, yaitu *General Child-Friendly Hotel Service and Amenities*, *In-Room Amenities*, dan *Restaurant Amenities*.



Gambar 4.14 Diagram Sebaran Data Variabel X

Berdasarkan diagram di atas, dapat diketahui bahwa dimensi dengan fasilitas ramah keluarga adalah dimensi *restaurant amenities*, sedangkan dimensi dengan angka terendah berada pada dimensi *in-room amenities*. Masing-masing dimensi hanya berbeda sangat tipis.

a. Dimensi *General Child-Friendly Hotel Service and Amenities*

Dimensi ini merupakan kebutuhan fasilitas yang ditawarkan kepada tamu serta dapat dirasakan langsung ketika memasuki *lobby* hotel seperti tawaran potongan harga, iklan layanan hotel, welcome drink dan lainnya. Berikut adalah Tabel yang menunjukkan kategori sebaran hasil dari tanggapan responden dalam dimensi ini:

Tabel 4.11 Kategori Sebaran Responden Pada Dimensi *General Child-Friendly Hotel Service and Amenities*

No	Kategori Variabel Fasilitas Ramah Keluarga	Jumlah	Prersentase
1	Rendah (< 52)	13	6,60
2	Sedang ($53 \leq x < 64$)	76	78,35
3	Tinggi (>64)	8	8,25
Total		97	100
Mean $\pm$ Standar Deviasi		80,97 $\pm$ 11,73	

Berdasarkan Tabel di atas diketahui bahwa sebagian besar responden berada pada kategori sedang, yaitu sebanyak 76 responden. Reponden yang termasuk kategori rendah sebanyak 13 responden dan reponden pada kategori tinggi hanya sebanyak 8 responden. Hasil tersebut menunjukkan bahwa persepsi responden terhadap dimensi *general child-friendly hotel service and amenities* cenderung berada pada kategori sedang. Dibawah Ini merupakan uraian sebaran responden dari butir pernyataan yang ada pada dimensi *General Child-Friendly Hotel Service and Amenities*.

Tabel 4.12 Sebaran Responden Berdasarkan Tanggapan pada Dimensi *General Child-Friendly Hotel Service and Amenities*

No	Pernyataan	Tanggapan (%)				Total (%)
		STS	TS	S	SS	
1	Hotel menyediakan informasi kontak layanan kesehatan (dokter/rumah sakit) yang mudah diakses oleh tamu.	1,03	5,15	41,24	52,58	100
2	Hotel menyediakan jalur landai untuk <i>stroller</i> bayi maupun kursi roda.	1,03	1,03	36,08	61,86	100
3	Hotel memiliki <i>lift</i> yang luas agar memudahkan keluarga membawa <i>stroller</i> bayi atau kursi roda.	0,00	1,03	32,99	65,98	100
4	Hotel menyediakan <i>lift</i> khusus untuk membawa barang tamu.	0,00	3,09	37,11	59,79	100
5	Hotel memiliki <i>Outdoor playground</i> untuk anak.	2,06	5,15	37,11	55,67	100
6	Hotel menyediakan tempat bermain anak di <i>public area</i> .	0,00	4,12	47,42	48,45	100
7	Hotel menyediakan <i>spot</i> foto menarik yang dapat digunakan keluarga di <i>public area</i> .	0,00	2,06	39,18	58,76	100
8	Hotel menyediakan ruang khusus bermain anak.	1,03	3,09	36,08	59,79	100
9	Hotel menyediakan hadiah <i>welcome gift</i> atau souvenir untuk anak.	2,06	11,34	56,70	29,90	100
10	Hotel menyediakan promo atau voucher diskon untuk hiburan anak.	2,06	11,34	34,02	52,58	100

No	Pernyataan	Tanggapan (%)				Total (%)
		STS	TS	S	SS	
11	Hotel menyediakan promo atau <i>voucher</i> diskon wisata keluarga di sekitar hotel.	2,06	12,37	42,27	43,30	100
12	Hotel menyediakan promo atau harga khusus (<i>family rate</i>) untuk tamu yang menginap bersama keluarga besar.	3,09	7,22	38,14	51,55	100
13	Hotel menyediakan promo atau diskon khusus bagi keluarga yang membawa anak.	4,12	10,31	35,05	50,52	100
14	Hotel menyediakan kolam renang sesuai dengan usia (contoh terdapat kolam anak dan kolam dewasa)	1,03	2,06	21,65	75,26	100
15	Hotel menyediakan kegiatan khusus anak di waktu tertentu seperti mewarnai atau <i>cooking class</i> .	3,09	13,40	43,30	40,21	100
16	Hotel menyediakan kegiatan khusus keluarga di waktu tertentu seperti <i>workshop</i> atau <i>family games</i> .	3,09	19,59	41,24	36,08	100
17	Hotel menyediakan media promosi (contoh: dalam bentuk <i>website</i> atau layar yang ditayangkan di <i>lobby</i>) mengenai fasilitas dan aktivitas untuk anak.	1,03	8,25	28,87	61,86	100

Keterangan: STS: Sangat Tidak Setuju, TS: Tidak Setuju, S: Setuju, SS: Sangat Setuju

Berdasarkan Tabel 4.13 menunjukkan bahwa mayoritas responden memberikan persetujuan tertinggi pada pernyataan “Hotel menyediakan kolam renang sesuai dengan usia (Contoh terdapat kolam anak dan kolam dewasa)”. Sebanyak 75,26% responden menyatakan Sangat Setuju, 21,65% menyatakan setuju, sedangkan hanya 2,06 menyatakan tidak setuju dan 1,03% menyatakan sangat tidak setuju. Hasil Tersebut menunjukkan bahwa penyediaan kolam renang berdasarkan usia anak merupakan salah satu fasilitas ramah keluarga yang paling dirasakan keberadaannya.

Selain itu, terdapat indikator yang mendapatkan persetujuan tertinggi dari responden seperti ketersediaan lift yang luas untuk memudahkan membawa *stroller* atau kursi roda sebesar 65,98%, jalur landai (*ramp*) untuk *stroller* atau kursi roda sebesar 61,86%, serta media promosi mengenai fasilitas dan aktivitas anak di *lobby* hotel sebanyak 61,86%. Hal ini menunjukkan bahwa responden tidak hanya memperhatikan fasilitas hiburan bagi anak-anak, tetapi juga memperhatikan aspek dari

aksesibilitas dan kemudahan dalam memperoleh informasi mengenai fasilitas yang tersedia di hotel

Terdapat pernyataan yang mendapatkan persetujuan terendah oleh responden yaitu "Hotel menyediakan hadiah *welcome gift* atau *souvenir* untuk anak" dengan persentase sebesar 29,90%. Namun pernyataan ini mendapatkan jawaban setuju sebesar 56,70%. Temuan ini menunjukkan bahwa pemberian *welcome gift* atau *souvenir* dipandang hanya sebagai fasilitas pendukung yang dapat meningkatkan pengalaman menginap, bukan merupakan fasilitas utama yang menjadi perhatian orang tua dalam menginap di hotel.

b. Dimensi *In-Room Amenities*

Dimensi ini merupakan kebutuhan fasilitas yang ditawarkan kepada tamu serta dapat dirasakan langsung ketika berada didalam kamar hotel yang sudah dipesan sesuai kebutuhan seperti tambahan tempat tidur, *dental kids*, chanel tv khusus anak-anak dan lainnya. Berikut adalah Tabel yang menunjukkan kategori sebaran hasil dari tanggapan responden dalam dimensi ini:

Tabel 4.13 Kategori Sebaran Responden Pada Dimensi *In-Room Amenities*

No	Kategori Variabel Fasilitas	Jumlah	Presentase
Ramah Keluarga			
1	Rendah (< 31)	14	14,43
2	Sedang ($32 \leq x < 37$)	72	74,23
3	Tinggi (>37)	11	11,34
Total		97	100
Mean $\pm$ Standar Deviasi		80,92 $\pm$ 10,90	

Berdasarkan tabel di atas diketahui bahwa sebagian besar responden berada pada kategori sedang, yaitu sebanyak 72 responden. Responden yang termasuk kategori rendah sebanyak 14 responden dan responden pada kategori tinggi hanya sebanyak 11 responden. Hasil tersebut menunjukkan bahwa persepsi responden terhadap dimensi *In-Room Amenities* cenderung berada pada kategori sedang. Hal ini mengindikasikan bahwa fasilitas yang tersedia di dalam kamar hotel untuk mendukung kenyamanan keluarga, perlengkapan anak, keamanan kamar, maupun fasilitas pendukung lainnya. Meskipun demikian, masih terdapat beberapa aspek yang dapat ditingkatkan agar kebutuhan keluarga yang menginap bersama anak dapat terpenuhi secara lebih optimal. Di bawah ini merupakan uraian sebaran responden dari butir pernyataan yang ada pada dimensi *In-Room Amenities*.

Tabel 4.14 Sebaran Responden Berdasarkan Tanggapan pada Dimensi *In-Room Amenities*

No	Pernyataan	Tanggapan (%)				Total (%)
		STS	TS	S	SS	
1	Kamar hotel menyediakan pasta gigi/sabun (<i>dental kit</i>) yang aman untuk anak	4,12	7,22	34,02	54,64	100
2	Kamar hotel menyediakan kamar mandi yang aman bagi anak.	0,00	1,03	29,90	69,07	100
3	Kamar hotel menyediakan penawaran <i>ekstra bed</i> (jika dibutuhkan)	1,03	1,03	27,84	70,10	100
4	Kamar hotel tidak menyediakan kursi kecil (<i>stool</i>) khusus anak.	20,62	23,71	46,39	9,28	100
5	Kamar hotel menyediakan alat makan khusus anak.	3,09	12,37	47,42	37,11	100
6	Kamar hotel menyediakan televisi dengan program ramah anak, seperti netflix <i>kidz</i> dan youtube <i>kidz</i>	1,03	3,09	25,77	70,10	100
7	Kamar hotel menyediakan air panas di kamar mandi (<i>water heater</i>).	0,00	1,03	22,68	76,29	100
8	Kamar hotel di lengkapi dengan pelindung stopkontak.	2,06	4,12	28,87	64,95	100
9	Kamar hotel di lengkapi dengan pelindung sudut meja	2,06	11,34	31,96	54,64	100
10	Kamar hotel di lengkapi dengan pengaman jendela.	2,06	3,09	32,99	61,86	100

Keterangan: STS: Sangat Tidak Setuju, TS: Tidak Setuju, S: Setuju, SS: Sangat Setuju

Berdasarkan tabel 4.15 menunjukkan bahwa mayoritas responden memberikan persetujuan tertinggi pada pernyataan “Kamar hotel menyediakan air panas di kamar mandi (*water heater*).” Sebanyak 76,29% responden menyatakan Sangat Setuju, 22,68% menyatakan setuju, sedangkan hanya 1,03 menyatakan tidak setuju dan 0,00% menyatakan sangat tidak setuju. Hasil tersebut menunjukkan bahwa menyediakan air panas di kamar mandi (*water heater*) merupakan fasilitas yang dianggap sangat penting oleh orang tua untuk menunjang kenyamanan dan kebutuhan anak selama menginap.

Selain itu, indikator mengenai penawaran tambahan tempat tidur (*extra bed*) apabila dibutuhkan memperoleh persentasi sangat setuju sebesar 70,10% dan indikator televisi dengan program ramah anak juga memperoleh presentase sangat setuju sebesar 70,10%. sedangkan kamar mandi yang aman bagi anak memperoleh persetujuan yang

tinggi oleh responden sebesar 69,07%, sedangkan stopkontak yang dilengkapi pelindung memperoleh presentase sangat setuju sebesar 64,95%. Hasil ini menunjukkan bahwa responden memberikan perhatian yang besar terhadap aspek keamanan, kenyamanan, dan fasilitas pendukung anak di dalam kamar hotel

Indikator "kamar hotel tidak menyediakan kursi kecil (*stool*) khusus anak" memperoleh presentase setuju sebesar 46,39% yang berarti sebagian besar kamar hotel yang ditempati oleh responden tidak menyediakan kursi kecil khusus anak-anak.

c. Dimensi *Restaurant Amenities*

Dimensi ini merupakan dimensi yang menggambarkan ketersediaan fasilitas dan layanan restoran hotel yang dirancang untuk memberikan kenyamanan, keamanan, serta kemudahan bagi keluarga yang menginap Bersama anak. Fasilitas ini dapat berupa penyediaan kuris bayi, menu khusus anak, peralatan makanan yang aman untuk anak, dan lainnya. Berikut adalah Tabel yang menunjukkan kategori sebaran hasil dari tanggapan responden dalam dimensi ini:

Tabel 4.15 Kategori Sebaran Respondem Pada *Restaurant Amenities*

No	Kategori Variabel Fasilitas Ramah Keluarga	Jumlah	Prersentase
1	Rendah (< 21)	13	13,40
2	Sedang ($22 \leq x < 26$)	73	75,26
3	Tinggi (>26)	11	11,34
Total		97	100
Mean $\pm$ Standar Deviasi		81,29 $\pm$ 10,44	

Berdasarkan Tabel di atas diketahui bahwa Sebagian besar responden berada pada kategori sedang, yaitu sebanyak 73 responden. Reponden yang termasuk kategori rendah sebanyak 11 responden dan reponden pada kategori tinggi hanya sebanyak 13 responden. Hasil tersebut menunjukkan bahwa persepsi responden terhadap dimensi *Restaurant Amenities* cenderung berada pada kategori sedang. Hal ini mengindikasikan bahwa fasilitas yang tersedia di dalam kamar hotel untuk mendukung kenyamanan keluarga, perlengkapan anak, kemanan ketika di dalam restoran hotel. Meskipun demikian, masih terdapat beberapa aspek yang dapat di tingkatkan agar restoran hotel menjadi lebih ramah terhadap keluarga yang membawa anak. Dibawah Ini merupakan uraian sebaran responden dari butir pernyataan yang ada pada dimensi *Restaurant Amenities*.

Tabel 4.16 Sebaran Responden Berdasarkan Tanggapan pada *Restaurant Amenities*

No	Pernyataan	Tanggapan (%)				Total (%)
		STS	TS	S	SS	
1	Restoran hotel menyediakan menu khusus anak	0,00	3,09	27,84	69,07	100
2	Restoran hotel memiliki kursi bayi (<i>baby chair</i>).	0,00	2,06	26,80	71,13	100
3	Restoran hotel menyediakan peralatan makanan khusus untuk anak.	1,03	10,31	41,24	47,42	100
4	Terdapat area bermain anak di dekat restoran.	1,03	7,22	38,14	53,61	100
5	Hotel menyediakan fasilitas seperti meja ganti popok.	3,09	9,28	50,52	37,11	100
6	Hotel menyediakan ruang khusus laktasi bagi ibu dan bayi	2,06	11,34	37,11	49,48	100
7	Hotel menyediakan toilet ramah anak seperti wastafel rendah agar mudah diakses	1,03	9,28	34,02	55,67	100

Keterangan: STS: Sangat Tidak Setuju, TS: Tidak Setuju, S: Setuju, SS: Sangat Setuju

Berdasarkan tabel di atas indikator yang memperoleh persentase sangat setuju tertinggi pada pernyataan “Restoran hotel memiliki *baby chair*”, yaitu sebesar 71,13%, sedangkan 26,80% responden menyatakan setuju. Hal tersebut menunjukkan bahwa ketersediaan kursi bayi merupakan salah satu fasilitas restoran yang paling diperhatikan oleh orang tua karena dapat memberikan kenyamanan dan keamanan saat anak makan di restoran hotel.

Indikator “restoran hotel menyediakan menu khusus anak” memperoleh persentase sangat setuju sebesar 69,07% sedangkan indikator “terdapat area bermain anak di dekat restoran” memperoleh persentase sangat setuju sebesar 53,61%. Hasil ini menunjukkan responden juga memberikan perhatian terhadap penyedia menu yang sesuai dengan kebutuhan anak serta fasilitas pendukung yang memungkinkan anak tetap nyaman selama berada di area restoran. Sedangkan indikator “hotel menyediakan fasilitas meja Ganti popok” memperoleh persentase sangat setuju terendah, yaitu sebesar 37,11%. Temuan ini mengindikasikan bahwa keberadaan meja ganti popok dinilai sebagai fasilitas yang penting tetapi belum seluruh responden merasakan ketersediaannya secara optimal di hotel yang pernah mereka kunjungi. Tabel dibawah ini menunjukkan hasil analisis deskriptif dari kedua variabel dalam

penelitian ini, yaitu variabel fasilitas ramah keluarga dan variabel keputusan menginap hotel.

Tabel 4.17 Statistik Deskriptif Variabel Penelitian

Statistic		Fasilitas Ramah Keluarga	Keputusan menginap Hotel
N	Valid	97	97
	Missing	0	0
Mean		116,72	90.87
Median		119.00	91.00
Mode		124	87
Std.Deviation		10.773	5,645
Minimum		74	69
Maximum		136	100

Total responden yang didapat pada penelitian ini masing-masing Variabel berjumlah 97 responden. Semua data bersifat valid, tanpa adanya data yang hilang. Fasilitas ramah keluarga memiliki nilai rata-rata (*mean*) sebesar 116,72 dengan nilai tengah (*median*) yang berada di angka 119,00, dan nilai yang paling sering muncul (*mode*) sebesar 124. Variabel ini memiliki nilai simpang baku (*Standar deviation*) sebesar 10.773 yang menunjukkan tingkat penyebaran data dari nilai rata-rata. Adapun nilai terendah (*minimum*) yang diperoleh responden sebesar 74, sedangkan nilai tertinggi (*maximum*) adalah 136.

Sementara itu, pada Variabel Keputusan menginap hotel diperoleh nilai rata-rata (*mean*) sebesar 90,87 dengan nilai tengah (*median*) yang berada di angka 91,00, dan nilai yang paling sering muncul (*mode*) sebesar 87. Variabel ini memiliki nilai simpang baku (*Standar deviation*) sebesar 5,645 yang menunjukkan bahwa penyebaran data pada variabel ini relatif lebih kecil. Adapun nilai terendah (*minimum*) yang diperoleh responden sebesar 69, sedangkan nilai tertinggi (*maximum*) adalah 100.

Tabel 4.18 Kategori Sebaran Responden Pada Variabel Fasilitas Ramah Keluarga

No	Kategori Variabel Fasilitas Ramah Keluarga	Jumlah	Prersentase
1	Rendah ($< 70,53$)	9	9,28
2	Sedang ($70,53 \leq x < 91,66$)	81	93,10
3	Tinggi ($> 91,66$)	7	7,22
Total		97	100
Mean $\pm$ Standar Deviasi		81,09 $\pm$ 10,56	

Berdasarkan tabel di atas, dapat diketahui mayoritas sebaran data responden berdasarkan variabel fasilitas ramah keluarga berada pada kategori sedang yang berarti 81 responden memiliki kesadaran yang cukup baik terhadap kebutuhannya dalam fasilitas ramah keluarga selama menginap di hotel.

Tabel 4.19 Kategori Sebaran Responden Pada Variabel Keputusan Menginap

No	Kategori Variabel Keputusan Menginap	Jumlah	Prersentase
1	Rendah ($< 80,29$)	12	12,37
2	Sedang ($80,29 \leq x < 95,34$)	66	68,04
3	Tinggi ($> 95,34$)	19	19,59
Total		97	100
Mean $\pm$ Standar Deviasi		87,82 $\pm$ 7,52	

Berdasarkan tabel di atas, dapat diketahui mayoritas sebaran data responden berdasarkan variabel keputusan menginap hotel berada pada kategori tinggi yang berarti 66 responden memiliki keputusan yang cukup baik dalam mempertimbangkan hotel yang akan dituju sesuai kebutuhan keluarga.

4.1.2.3 Tabulasi Silang Antara Karakteristik Responden Dengan Keputusan Orang Tua untuk Menginap di Hotel Wilayah DKI Jakarta

Tabulasi silang atau Uji *Crosstab* Adalah sebuah metode analisis data yang digunakan untuk menunjukkan hubungan antara 2 variabel atau lebih. Pada data penelitian ini, tabulasi silang digunakan untuk menunjukkan hubungan antara karakteristik responden dengan variabel penelitian. Berdasarkan tabulasi silang yang telah dilakukan, dapat diketahui hanya satu dari dua belas karakteristik responden yang memiliki hubungan dengan variabel keputusan orang tua untuk menginap adalah sebagai berikut:

a. Usia Suami

Tabel 4.20 *Crosstab* Karakteristik Usia Suami dengan Variabel Keputusan Menginap

			Kategori Variabel Keputusan Menginap			Total
			Rendah	Sedang	Tinggi	
Usia Suami	20-25 Tahun	Count	0	2	0	2
		% of Total	0.0%	2.1%	0.0%	2.1%
	26-30 Tahun	Count	0	7	2	9
		% of Total	0.0%	7.2%	2.1%	9.3%
	31-35 Tahun	Count	2	19	7	28

Crosstab					
		Kategori Variabel Keputusan Menginap			Total
		Rendah	Sedang	Tinggi	
36-40 Tahun	% of Total	2.1%	19.6%	7.2%	28.9%
	Count	5	14	3	22
	% of Total	5.2%	14.4%	3.1%	22.7%
41-45 Tahun	Count	3	16	3	22
	% of Total	3.1%	16.5%	3.1%	22.7%
46-50 Tahun	Count	2	8	3	13
	% of Total	2.1%	8.2%	3.1%	13.4%
Meninggal Dunia	Count	0	0	1	1
	% of Total	0.0%	0.0%	1.0%	1.0%
Total	Count	12	66	19	97
	% of Total	12.4%	68.0%	19.6%	100.0%

Sebagian besar responden pada kategori sedang. Usia 31-35 tahun merupakan kelompok dengan jumlah responden terbanyak yaitu, 28,9%, yang dinominasi oleh kategori sedang sebanyak 19,6% diikuti kategori tinggi sebanyak 7,2%, dan rendah 2,1%. Secara keseluruhan kategori sedang mendominasi keputusan orang tua untuk menginap dengan jumlah 68%, sedangkan kategori tinggi sebanyak 19,6% dan kategori rendah sebanyak 12,4%. Hal ini menunjukkan bahwa sebagian besar orang tua memiliki keputusan menginap yang berada pada kategori sedang. Temuan ini sejalan dengan penelitian Uca et al. (2017) yang menyatakan bahwa karakteristik demografis, termasuk usia dapat mempengaruhi proses pemilihan hotel. Namun pengaruh usia tidak selalu menjadi faktor dominan karena keputusan menginap juga dipengaruhi oleh berbagai pertimbangan lain, seperti fasilitas hotel, harga, lokasi, dan kualitas pelayanan.

Tabel 4.21 *Chi-Square* Usia Suami X Variabel Keputusan Menginap

Chi-Square Tests			
	Value	df	Asymptotic Significance (2-sided)
Pearson <i>Chi-Square</i>	10.475 ^a	12	.574
Likelihood Ratio	11.120	12	.519
N of Valid Cases	97		

a. 15 cells (71.4%) have expected count less than 5. The minimum expected count is .12.

Berdasarkan hasil uji *Chi-Square*, diperoleh nilai *pearson Chi-Square* sebesar 10,475 dengan nilai signifikansi 0,574. Karena nilai $\text{sig} > 0,05$, maka tidak terdapat hubungan yang signifikan antara usia suami dengan keputusan orang tua untuk menginap di hotel wilayah DKI Jakarta.

b. Usia Istri

Tabel 4.22 Crosstab Karakteristik Usia Istri dengan Variabel Keputusan Menginap

		Kategori Variabel Keputusan Menginap			Total
		Rendah	Sedang	Tinggi	
Usia Istri 20-25 Tahun	Count	0	5	0	5
	% of Total	0.0%	5.2%	0.0%	5.2%
26-30 Tahun	Count	1	18	6	25
	% of Total	1.0%	18.6%	6.2%	25.8%
31-35 Tahun	Count	5	15	6	26
	% of Total	5.2%	15.5%	6.2%	26.8%
36-40 Tahun	Count	3	14	1	18
	% of Total	3.1%	14.4%	1.0%	18.6%
41-45 Tahun	Count	3	9	5	17
	% of Total	3.1%	9.3%	5.2%	17.5%
46-50 Tahun	Count	0	5	0	5
	% of Total	0.0%	5.2%	0.0%	5.2%
Meninggal Dunia	Count	0	0	1	1
	% of Total	0.0%	0.0%	1.0%	1.0%
Total	Count	12	66	19	97
	% of Total	12.4%	68.0%	19.6%	100.0%

Usia istri dengan keputusan orang tua untuk menginap di hotel wilayah DKI Jakarta mayoritas responden pada kategori sedang. Usia 31-35 tahun memiliki jumlah terbanyak 26,8% yang didominasi oleh kategori sedang 15,5%, diikuti kategori tinggi sebanyak 6,2%, dan kategori rendah sebanyak 5,2%. Sementara itu, kelompok 26-30 tahun juga menunjukkan kecenderungan yang sama, dengan mayoritas responden berada pada kategori sedang sebanyak 19,6% dan kategori rendah sebanyak 12,4%. Hal ini menunjukkan bahwa sebagian besar orang tua, berdasarkan usia istri memiliki keputusan menginap yang berada pada kategori sedang. Sejalan dengan penelitian Tseng et al. (2023) bahwa keluarga pada usia dewasa produktif merupakan segmen utama wisata keluarga. Pada kelompok ini, keputusan memilih hotel umumnya

didasarkan pada kemampuan hotel memengaruhi kebutuhan seluruh anggota keluarga, khususnya anak, sehingga usia bukan menjadi pertimbangan utama dalam menentukan pilihan akomodasi.

Tabel 4.23 *Chi-Square* Usia Istri X Variabel Keputusan Menginap

Chi-Square Tests			
	Value	df	Asymptotic Significance (2-sided)
Pearson <i>Chi-Square</i>	16.203 ^a	12	.182
Likelihood Ratio	19.298	12	.082
N of Valid Cases	97		

a. 16 cells (76.2%) have expected count less than 5. The minimum expected count is .12.

Berdasarkan hasil *Chi-Square*, diperoleh nilai *pearson Chi-Square* sebesar 16,203 dengan nilai signifikansi 0,182. Karena nilai $\text{sig} > 0,05$ maka, tidak terdapat hubungan yang signifikan antara usia istri dengan keputusan orang tua untuk menginap di hotel wilayah DKI Jakarta.

c. Kota Domisili

Tabel 4.24 *Crosstab* Karakteristik Kota Domisili dengan Variabel Keputusan Menginap

Crosstab						
		Kategori Variabel Keputusan Menginap				
			Rendah	Sedang	Tinggi	Total
Kota Domisili	Jakarta	Count	6	23	13	42
		% of Total	6.2%	23.7%	13.4%	43.3%
	Bogor	Count	1	16	2	19
		% of Total	1.0%	16.5%	2.1%	19.6%
	Depok	Count	2	10	2	14
		% of Total	2.1%	10.3%	2.1%	14.4%
	Tangerang	Count	2	6	1	9
		% of Total	2.1%	6.2%	1.0%	9.3%
	Bekasi	Count	1	11	1	13
		% of Total	1.0%	11.3%	1.0%	13.4%
Total	Count	12	66	19	97	
	% of Total	12.4%	68.0%	19.6%	100.0%	

Mayoritas responden berasal dari kota domisili di Jakarta, yaitu sebanyak 43,3%. Pada kelompok responden yang berdomisili di Jakarta sebagian besar memiliki keputusan menginap pada kategori sedang, yaitu 23,7%, diikuti kategori tinggi sebanyak 13,4% dan kategori rendah sebanyak 6,2%. Pola yang sama terlihat pada responden dari Bogor, Depok, Tangerang, dan Bekasi, dengan kategori sedang yang

paling dominan, sebanyak 68%, diikuti kategori tinggi sebanyak 19,6% dan kategori rendah sebanyak 12,4%. Hasil ini mayoritas memiliki kecenderungan keputusan menginap pada kategori sedang dari yang berdomisili di Jakarta mapupun di luar Jakarta. Sejalan dengan penelitian Lee et al. (2023) yang menjelaskan bahwa keputusan keluarga dalam memilih akomodasi lebih dipengaruhi oleh karakteristik hotel dan kebutuhan keluarga dibandingkan dengan lokasi tempat tinggal wisatawan.

Tabel 4.25 *Chi-Square* Usia Kota Domisili dengan Variabel Keputusan Menginap

Chi-Square Tests			
	Value	df	Asymptotic Significance (2-sided)
Pearson <i>Chi-Square</i>	9.283 ^a	8	.319
Likelihood Ratio	9.490	8	.303
N of Valid Cases	97		

a. 8 cells (53.3%) have expected count less than 5. The minimum expected count is 1.11.

Berdasarkan hasil uji *Chi-Square* diperoleh nilai *pearson Chi-Square* 9,283 dengan nilai signifikansi $0,319 > 0,05$. Dengan demikian, dapat disimpulkan bahwa tidak terdapat hubungan yang signifikan antara kota domisili responden dengan keputusan orang tua untuk menginap di hotel wilayah DKI Jakarta.

d. Pendidikan Suami

Tabel 4.26 *Crosstab* Karakteristik Pendidikan Suami dengan Variabel Keputusan Menginap

Crosstab						
		Kategori Variabel Keputusan Menginap				Total
		Rendah	Sedang	Tinggi		
Pendidikan Suami	SMA Sederajat	Count	2	4	3	9
		% of Total	2.1%	4.1%	3.1%	9.3%
	D1/D2/D3	Count	1	10	1	12
		% of Total	1.0%	10.3%	1.0%	12.4%
	S1/D4	Count	6	44	14	64
		% of Total	6.2%	45.4%	14.4%	66.0%
	S2-S3	Count	3	8	1	12
% of Total		3.1%	8.2%	1.0%	12.4%	
Total	Count	12	66	19	97	
	% of Total	12.4%	68.0%	19.6%	100.0%	

Mayoritas responden memiliki Tingkat Pendidikan suami pada jenjang S1/D4 yaitu sebanyak 66%. Pada kelompok tersebut, sebagian besar keputusan orang tua untuk menginap berada pada kategori sedang sebanyak 45,4%, kategori tinggi sebanyak 14,4%, dan sebanyak 6,2% kategori rendah. Pendidikan SMA Sederajat, D1/D2/D3 serta S2-S3 menunjukkan pola yang serupa di mana kategori sedang merupakan kategori yang paling dominan. Secara keseluruhan keputusan orang tua untuk menginap didominasi oleh kategori sedang sebanyak 68% sedangkan kategori sedang 19,6%, dan kategori rendah 12,4%. Temuan ini sejalan dengan penelitian Lee et al. (2023) yang menjelaskan bahwa karakteristik demografis termasuk tingkat pendidikan, bukan merupakan faktor utama dalam keputusan utama dalam memilih hotel.

Tabel 4.27 *Chi-Square* Pendidikan Suami dengan Variabel Keputusan Menginap

Chi-Square Tests			
	Value	df	Asymptotic Significance (2-sided)
Pearson <i>Chi-Square</i>	6.624 ^a	6	.357
Likelihood Ratio	6.543	6	.365
N of Valid Cases	97		

a. 6 cells (50.0%) have expected count less than 5. The minimum expected count is 1.11.

Berdasarkan hasil uji *Chi-Square* diperoleh nilai *pearson Chi-Square* 6,624 dengan nilai signifikansi $0,357 > 0,05$. Dengan demikian, dapat disimpulkan bahwa tidak terdapat hubungan yang signifikan antara tingkat pendidikan suami dengan keputusan orang tua untuk menginap di hotel wilayah DKI Jakarta.

e. Pendidikan Istri

Tabel 4.28 *Crosstab* Karakteristik Pendidikan Istri dengan Variabel Keputusan Menginap

		Crosstab			
		Kategori Variabel Keputusan Menginap			Total
		Rendah	Sedang	Tinggi	
Pendidikan Istri	SMA Sederajat	Count	1	5	2
		% of Total	1.0%	5.2%	2.1%
	D1/D2/D3	Count	5	18	4
		% of Total	5.2%	18.6%	4.1%
	S1/D4	Count	3	38	11
		% of Total	3.1%	39.2%	11.3%

Crosstab					
		Kategori Variabel Keputusan Menginap			Total
		Rendah	Sedang	Tinggi	
S2-S3	Count	3	5	2	10
	% of Total	3.1%	5.2%	2.1%	10.3%
Total	Count	12	66	19	97
	% of Total	12.4%	68.0%	19.6%	100.0%

Mayoritas responden memiliki tingkat pendidikan istri pada jenjang S1/D4 yaitu sebanyak 53,6%. Pada kelompok tersebut, sebagian besar keputusan orang tua untuk menginap berada pada kategori sedang sebanyak 39,3%, kategori tinggi sebanyak 11,3%, dan sebanyak 3,1% kategori rendah. Pendidikan SMA Sederajat, D1/D2/D3 serta S2-S3 menunjukkan pola yang serupa di mana kategori sedang merupakan kategori yang paling dominan. Secara keseluruhan keputusan orang tua untuk menginap didominasi oleh kategori sedang sebanyak 68% sedangkan kategori sedang 19,6%, dan kategori rendah 12,4%. Temuan ini sejalan dengan penelitian Madrigal, (2015) menyatakan bahwa semakin lama pendidikan formal yang diselesaikan oleh orang tua, semakin besar persepsi mereka tentang melibatkan anak dalam memberikan keputusan dalam menentukan perjalanan liburan.

Tabel 4.29 *Chi-Square* Pendidikan Istri dengan Variabel Keputusan Menginap

Chi-Square Tests			
	Value	df	Asymptotic Significance (2-sided)
Pearson <i>Chi-Square</i>	6.384 ^a	6	.382
Likelihood Ratio	6.071	6	.415
N of Valid Cases	97		

a. 5 cells (41.7%) have expected count less than 5. The minimum expected count is .99.

Berdasarkan hasil uji *Chi-Square* diperoleh nilai *pearson Chi-Square* 6,384 dengan nilai signifikansi 0,382 > 0,05. Dengan demikian, dapat disimpulkan bahwa tidak terdapat hubungan yang signifikan antara tingkat pendidikan istri dengan keputusan orang tua untuk menginap di hotel wilayah DKI Jakarta.

f. Pekerjaan Suami

Tabel 4.30 *Crosstab* Karakteristik Pekerjaan Suami dengan Variabel Keputusan Menginap

		Crosstab			
		Kategori Variabel Keputusan Menginap			Total
		Rendah	Sedang	Tinggi	
Pekerjaan Suami	Buruh/Pekerja Harian	Count	0	0	1
		% of Total	0.0%	0.0%	1.0%
	Freelancer/Pekerja Harian	Count	0	2	1
		% of Total	0.0%	2.1%	1.0%
	PNS	Count	3	12	1
		% of Total	3.1%	12.4%	1.0%
	Tenaga Pengajar (Dosen/Guru)	Count	0	4	2
		% of Total	0.0%	4.1%	2.1%
	Tenaga Profesional (Dokter,Psikolog,dll)	Count	1	6	1
		% of Total	1.0%	6.2%	1.0%
	Pegawai Swasta	Count	3	25	8
		% of Total	3.1%	25.8%	8.2%
	Wirausaha/Pengusaha	Count	5	17	4
		% of Total	5.2%	17.5%	4.1%
	Cerai Mati	Count	0	0	1
		% of Total	0.0%	0.0%	1.0%
Total		Count	12	66	19
		% of Total	12.4%	68.0%	19.6%
					100.0%

Mayoritas pekerjaan suami sebagai pegawai swasta, yaitu sebanyak 37,1%. Pada kelompok ini Sebagian besar keputusan orang tua untuk menginap berada pada kategori sedang, sebanyak 25,8%, diikuti kategori tinggi sebanyak 8,2%, dan rendah sebanyak 3,1% responden. Kelompok pekerjaan lainnya seperti wirausaha 26,8% dan PNS sebanyak 16,5%, juga menunjukkan pola yang sama yaitu mayoritas pada kategori sedang. Secara keseluruhan keputusan orang tua untuk menginap di dominasi oleh kategori sedang sebanyak 68%, kategori tinggi 19,6%, dan rendah 12,4%. Meskipun terdapat variasi jenis pekerjaan suami, kecenderungan keputusan orang tua

untuk menginap tetap berada pada kategori sedang. Temuan ini sejalan dengan penelitian Lee et al. (2023) yang menjelaskan bahwa karakteristik demografis termasuk tingkat pendidikan, bukan merupakan faktor utama dalam keputusan utama dalam memilih hotel.

Tabel 4.31 *Chi-Square* Pekerjaan Suami dengan Variabel Keputusan Menginap

Chi-Square Tests			
	Value	df	Asymptotic Significance (2-sided)
Pearson <i>Chi-Square</i>	14.413 ^a	14	.419
Likelihood Ratio	14.099	14	.442
N of Valid Cases	97		

a. 18 cells (75.0%) have expected count less than 5. The minimum expected count is .12.

Berdasarkan hasil uji *Chi-Square* diperoleh nilai *pearson Chi-Square* 14,423 dengan nilai signifikansi 0,419 > 0,05. Dengan demikian, dapat disimpulkan bahwa tidak terdapat hubungan yang signifikan antara tingkat pekerjaan suami dengan keputusan orang tua untuk menginap di hotel wilayah DKI Jakarta.

g. Pekerjaan Istri

Tabel 4.32 *Crosstab* Karakteristik Pekerjaan Istri dengan Variabel Keputusan Menginap

		Crosstab			
		Kategori Variabel Keputusan Menginap			Total
		Rendah	Sedang	Tinggi	
Pekerjaan Istri	Buruh/Pekerja Harian	Count 0	1	1	2
		% of 0.0%	1.0%	1.0%	2.1%
	Total				
	Freelancer/Pekerja Harian	Count 0	5	0	5
		% of 0.0%	5.2%	0.0%	5.2%
	Total				
	PNS	Count 0	9	3	12
		% of 0.0%	9.3%	3.1%	12.4%
	Total				
	Tenaga Pengajar (Dosen/Guru)	Count 1	4	2	7
		% of 1.0%	4.1%	2.1%	7.2%
	Total				
	Tenaga Profesional (Dokter, Psikolog, dll)	Count 0	5	0	5
		% of 0.0%	5.2%	0.0%	5.2%
	Total				
	Pegawai Swasta	Count 5	15	6	26
		% of 5.2%	15.5%	6.2%	26.8%
	Total				

Crosstab					
		Kategori Variabel Keputusan Menginap			Total
		Rendah	Sedang	Tinggi	
Wirausaha/Pengusaha	Count	2	10	1	13
	% of Total	2.1%	10.3%	1.0%	13.4%
Ibu Rumah Tangga	Count	4	17	6	27
	% of Total	4.1%	17.5%	6.2%	27.8%
Total	Count	12	66	19	97
	% of Total	12.4%	68.0%	19.6%	100.0%

Mayoritas pekerjaan suami sebagai ibu rumah tangga, yaitu sebanyak 27,8%. Pada kelompok ini Sebagian besar keputusan orang tua untuk menginap berada pada kategori sedang, sebanyak 17,5,8%, diikuti kategori tinggi sebanyak 6,2%, dan rendah sebanyak 4,1% responden. Kelompok pekerjaan lainnya seperti pegawai swasta 26,8% dan wirausaha sebanyak 13,4%, juga menunjukkan pola yang sama yaitu mayoritas pada kategori sedang. Secara keseluruhan keputusan orang tua untuk menginap didominasi oleh kategori sedang sebanyak 68%, kategori tinggi 19,6%, dan rendah 12,4%. Meskipun terdapat variasi jenis pekerjaan istri, kecenderungan keputusan orang tua untuk menginap tetap berada pada kategori sedang. Temuan ini sejalan dengan penelitian Lee et al. (2023) yang menjelaskan bahwa karakteristik demografis termasuk tingkat pendidikan, bukan merupakan faktor utama dalam keputusan utama dalam memilih hotel.

Tabel 4.33 *Chi-Square* Pekerjaan Istri dengan Variabel Keputusan Menginap

Chi-Square Tests			
	Value	df	Asymptotic Significance (2-sided)
Pearson <i>Chi-Square</i>	11.239 ^a	14	.667
Likelihood Ratio	15.782	14	.327
N of Valid Cases	97		

a. 18 cells (75.0%) have expected count less than 5. The minimum expected count is .25.

Berdasarkan hasil uji *Chi-Square* diperoleh nilai *pearson Chi-Square* 11,239 dengan nilai signifikansi 0,667 > 0,05. Dengan demikian, dapat disimpulkan bahwa tidak terdapat hubungan yang signifikan antara tingkat pekerjaan istri dengan keputusan orang tua untuk menginap di hotel wilayah DKI Jakarta.

h. Pendapatan Keluarga

Tabel 4.34 *Crosstab* Karakteristik Pendapatan Keluarga dengan Variabel Keputusan Menginap

Crosstab						
		Kategori Variabel Keputusan Menginap				
			Rendah	Sedang	Tinggi	Total
Pendapatan Keluarga Perbulan	<5.729.876	Count	1	4	0	5
		% of	1.0%	4.1%	0.0%	5.2%
		Total				
	5.729.876-8.594.814	Count	1	20	6	27
		% of	1.0%	20.6%	6.2%	27.8%
		Total				
	8.594.815-11.459.752	Count	3	18	6	27
		% of	3.1%	18.6%	6.2%	27.8%
		Total				
	11.459.753-14.324.690	Count	4	9	2	15
		% of	4.1%	9.3%	2.1%	15.5%
		Total				
	14,324.691-17.189.628	Count	0	4	2	6
		% of	0.0%	4.1%	2.1%	6.2%
		Total				
	>17.189.628	Count	3	11	3	17
		% of	3.1%	11.3%	3.1%	17.5%
		Total				
Total	Count	12	66	19	97	
	% of	12.4%	68.0%	19.6%	100.0%	
	Total					

Berdasarkan tabel di atas mayoritas responden memiliki pendapatan keluarga perbulan pada rentang Rp 5.729.876-Rp 8.594.814 dan Rp 8.594.815-Rp11.459.752, masing-masing sebanyak 27,8%. Pada kedua kelompok pendapatan tersebut, Sebagian besar responden memiliki Keputusan menginap dalam kategori sedang, yang masing-masing sebanyak 20,6% dan 18,6%. Selain itu, kelompok responden dengan pendapatan di atas Rp 17.189.628 juga didominasi oleh kategori sedang sebanyak 11,3%. Secara keseluruhan keputusan menginap dalam kategori sedang sebesar 68%, tinggi sebesar 19,6%, dan rendah sebesar 12,4%. Temuan ini sejalan dengan penelitian Buzlu et al. (2022) yang menyatakan bahwa keluarga dalam memilih hotel lebih mempertimbangkan ketersediaan fasilitas yang sesuai dengan kebutuhan anak dan keluarga dibandingkan hanya kemampuan ekonomi atau tingkat pendapatan.

Tabel 4.35 *Chi-Square* Pendapatan Keluarga dengan Variabel Keputusan Menginap

Chi-Square Tests			
	Value	df	Asymptotic Significance (2-sided)
Pearson <i>Chi-Square</i>	8.023 ^a	10	.627
Likelihood Ratio	9.596	10	.477
N of Valid Cases	97		

a. 12 cells (66.7%) have expected count less than 5. The minimum expected count is .62.

Berdasarkan hasil uji *Chi-Square* diperoleh nilai *pearson Chi-Square* 8,023 dengan nilai signifikansi 0,627 > 0,05. Dengan demikian, dapat disimpulkan bahwa tidak terdapat hubungan yang signifikan antara pendapatan keluarga dengan keputusan orang tua untuk menginap di hotel wilayah DKI Jakarta.

i. Jumlah Anak

Tabel 4.36 *Crosstab* Karakteristik Jumlah Anak dengan Variabel Keputusan Menginap

Crosstab					
		Kategori Variabel Keputusan Menginap			Total
		Rendah	Sedang	Tinggi	
Jumlah Anak 1	Count	4	29	6	39
	% of Total	4.1%	29.9%	6.2%	40.2%
2	Count	6	32	7	45
	% of Total	6.2%	33.0%	7.2%	46.4%
3	Count	2	5	5	12
	% of Total	2.1%	5.2%	5.2%	12.4%
Lebih dari 3 anak	Count	0	0	1	1
	% of Total	0.0%	0.0%	1.0%	1.0%
Total	Count	12	66	19	97
	% of Total	12.4%	68.0%	19.6%	100.0%

Mayoritas responden memiliki dua orang anak, yaitu sebanyak 46,4%. Pada kelompok tersebut sebagian besar memiliki keputusan menginap pada kategori sedang, sebanyak 33%, diikuti oleh kategori tinggi sebanyak 7,2%, dan kategori rendah 6,2%. Sementara itu, responden yang memiliki satu anak berjumlah 40,2%, dengan mayoritas berada pada kategori sedang sebanyak 29,9%. Adapun responden yang memiliki tiga orang anak sebanyak 12,4% didominasi oleh kategori sedang dan tinggi masing-masing sebesar 5,2%, sedangkan responden yang memiliki anak lebih dari 3 orang anak hanya berjumlah 1% dan berada pada kategori tinggi. Secara keseluruhan keputusan orang tua untuk menginap didominasi kategori sedang 68%,

tinggi 19,6%, dan rendah 12,4%. Temuan ini sejalan dengan penelitian Buzlu et al. (2022) yang menyatakan bahwa dalam memilih hotel, keluarga lebih mempertimbangkan kesesuaian fasilitas dengan kebutuhan anak, seperti area bermain, keamanan, dan aktivitas keluarga, dibandingkan jumlah anak yang dimiliki.

Tabel 4.37 *Chi-Square* Jumlah Anak dengan Variabel Keputusan Menginap

Chi-Square Tests			
	Value	df	Asymptotic Significance (2-sided)
Pearson <i>Chi-Square</i>	9.689 ^a	6	.138
Likelihood Ratio	8.345	6	.214
N of Valid Cases	97		

a. 6 cells (50.0%) have expected count less than 5. The minimum expected count is .12.

Berdasarkan hasil uji *Chi-Square* diperoleh nilai *pearson Chi-Square* 9,689 dengan nilai signifikansi 0,138 > 0,05. Dengan demikian, dapat disimpulkan bahwa tidak terdapat hubungan yang signifikan antara jumlah anak dengan keputusan orang tua untuk menginap di hotel wilayah DKI Jakarta.

j. Usia Anak

Tabel 4.38 *Crosstab* Karakteristik Usia Anak dengan Variabel Keputusan Menginap

		Kategori Variabel Keputusan Menginap			
		Rendah	Sedang	Tinggi	Total
Usia Anak 0-3 Tahun	Count	4	27	7	38
	% of Total	4.1%	27.8%	7.2%	39.2%
4-6 Tahun	Count	4	17	7	28
	% of Total	4.1%	17.5%	7.2%	28.9%
7-9 Tahun	Count	3	10	4	17
	% of Total	3.1%	10.3%	4.1%	17.5%
10-12 Tahun	Count	1	12	1	14
	% of Total	1.0%	12.4%	1.0%	14.4%
Total	Count	12	66	19	97
	% of Total	12.4%	68.0%	19.6%	100.0%

Berdasarkan tabel di atas mayoritas responden memiliki anak usia 0-3 tahun, yaitu sebanyak 39,2%. Pada kelompok ini, sebagian besar berada pada kategori sedang, yaitu sebanyak 27,8%, diikuti kategori tinggi 7,2%, dan kategori rendah sebanyak 4,1%. Responden yang memiliki anak usia 4-6 tahun sebanyak 28,9%, dengan mayoritas pada kategori sedang sebanyak 17,5%. Selanjutnya anak berusia 7-9 tahun sebanyak 17,5% dengan mayoritas pada kategori sedang sebanyak 10,3%, sedangkan usia 10-12 tahun sebanyak 14,4% yang juga didominasi oleh kategori sedang sebanyak 12,4%. Secara keseluruhan Keputusan orang tua untuk menginap pada kategori sedang. Temuan ini sejalan dengan penelitian Lee et al., (2023) bahwa karakteristik keluarga termasuk usia anak memengaruhi preferensi wisata keluarga dalam memilih akomodasi dan fasilitas selama perjalanan.

Tabel 4.39 *Chi-Square* Usia Anak dengan Variabel Keputusan Menginap

Chi-Square Tests			
	Value	df	Asymptotic Significance (2-sided)
Pearson <i>Chi-Square</i>	3.693 ^a	6	.718
Likelihood Ratio	3.992	6	.678
N of Valid Cases	97		

a. 6 cells (50.0%) have expected count less than 5. The minimum expected count is 1.73.

Berdasarkan hasil uji *Chi-Square* diperoleh nilai *pearson Chi-Square* 3,693 dengan nilai signifikansi 0,718 > 0,05. Dengan demikian, dapat disimpulkan bahwa tidak terdapat hubungan yang signifikan antara usia anak dengan keputusan orang tua untuk menginap di hotel wilayah DKI Jakarta.

k. Bintang Hotel

Tabel 4.40 *Crosstab* Karakteristik Standar Bintang Hotel dengan Variabel Keputusan Menginap

Crosstab						
		Kategori Variabel Keputusan Menginap				
			Rendah	Sedang	Tinggi	Total
Bintang Hotel	Bintang 3	Count	1	3	3	7
		% of Total	1.0%	3.1%	3.1%	7.2%
	Bintang 4	Count	4	31	10	45
		% of Total	4.1%	32.0%	10.3%	46.4%
	Bintang 5	Count	7	32	6	45
		% of Total	7.2%	33.0%	6.2%	46.4%
	Total	Count	12	66	19	97
		% of Total	12.4%	68.0%	19.6%	100.0%

Diketahui bahwa mayoritas responden menginap di hotel bintang 4 dan bintang 5, masing masing sebanyak 46,4% sedangkan responden yang menginap di bintang 3 sebanyak 7,2%. Pada kelompok hotel Bintang 4, sebagian besar keputusan orang tua untuk menginap berada pada kategori sedang, yaitu sebanyak 32%, diikuti kategori tinggi sebanyak 10,3%, dan rendah sebanyak 4,1%. Pada hotel bintang 5, mayoritas berada pada kategori sedang sebanyak 33%, diikuti kategori rendah sebanyak 7,2% dan tinggi sebanyak 6,2%. Sementara itu hotel bintang 3 yang memiliki jumlah responden relatif lebih sedikit sebanyak 3,1%. Secara keseluruhan keputusan orang tua untuk menginap didominasi oleh kategori sedang sebanyak 68%, kategori tinggi 19,6%, dan kategori rendah sebanyak 12,4%. Hasil ini sejalan dengan ppenelitian dari Tseng et al. (2023) menyatakan bahwa dalam memilih hotel, keluarga tidak hanya mempertimbangkan klasifikasi bintang hotel, tetapi juga memperhatikan kualitas fasilitas, kenyamanan, keamanan, dan pelayanan yang sesuai dengan kebutuhan seluruh anggota keluarga.

Tabel 4.41 *Chi-Square* Standar Bintang Hotel dengan Variabel Keputusan Menginap

Chi-Square Tests			
	Value	df	Asymptotic Significance (2-sided)
Pearson <i>Chi-Square</i>	4.543 ^a	4	.337
Likelihood Ratio	4.275	4	.370
N of Valid Cases	97		

a. 3 cells (33.3%) have expected count less than 5. The minimum expected count is .87.

Berdasarkan hasil uji *Chi-Square* diperoleh nilai *pearson Chi-Square* 4,543 dengan nilai signifikansi 0,337 > 0,05. Dengan demikian, dapat disimpulkan bahwa tidak terdapat hubungan yang signifikan antara standar bintang hotel dengan keputusan orang tua untuk menginap di hotel wilayah DKI Jakarta.

1. Domisili Hotel

Tabel 4.42 *Crosstab* Karakteristik Domisili Hotel dengan Variabel Keputusan Menginap

Crosstab					
		Kategori Variabel Keputusan Menginap			Total
		Rendah	Sedang	Tinggi	
Jakarta Timur	Count	0	3	3	6

Crosstab					
Domisili Hotel		Kategori Variabel Keputusan Menginap			Total
		Rendah	Sedang	Tinggi	
Jakarta Pusat	% of Total	0.0%	3.1%	3.1%	6.2%
	Count	6	35	7	48
Jakarta Selatan	% of Total	6.2%	36.1%	7.2%	49.5%
	Count	3	15	5	23
Jakarta Utara	% of Total	3.1%	15.5%	5.2%	23.7%
	Count	3	5	3	11
Jakarta Barat	% of Total	3.1%	5.2%	3.1%	11.3%
	Count	0	8	1	9
Total	% of Total	0.0%	8.2%	1.0%	9.3%
	Count	12	66	19	97
	% of Total	12.4%	68.0%	19.6%	100.0%
	Total				

Berdasarkan tabel di atas, diketahui mayoritas responden menginap di hotel yang berlokasi di Jakarta Pusat, yaitu sebanyak 49,5% responden. Pada kelompok ini, sebagian besar Keputusan orang tua untuk menginap berada pada kategori sedang, yaitu sebanyak 36,1%, diikuti kategori tinggi sebanyak 7,2%, dan rendah sebanyak 6,2%. Responden yang menginap di Jakarta Selatan berjumlah 23,7%, dengan mayoritas berada pada kategori sedang sebanyak 15,5%. Jakarta Utara sebanyak 11,3%, Jakarta Barat 9,3%, Jakarta Barat sebanyak 9,3%, dan Jakarta Timur paling sedikit dipilih sebanyak 6,2%, dengan distribusi keputusan menginap yang relatif seimbang antara kategori sedang dan tinggi. Hal ini mengindikasikan bahwa lokasi hotel di wilayah DKI Jakarta bukan merupakan satu-satunya pertimbangan dalam menentukan keputusan menginap.

Tabel 4.43 *Chi-Square* Domisili Hotel dengan Variabel Keputusan Menginap

Chi-Square Tests			
	Value	df	Asymptotic Significance (2-sided)
Pearson <i>Chi-Square</i>	9.883 ^a	8	.273
Likelihood Ratio	10.538	8	.229
N of Valid Cases	97		

a. 9 cells (60.0%) have expected count less than 5. The minimum expected count is .74.

Berdasarkan hasil uji *Chi-Square* diperoleh nilai *pearson Chi-Square* 9,883 dengan nilai signifikansi 0,273 > 0,05. Dengan demikian, dapat disimpulkan bahwa tidak terdapat hubungan yang signifikan antara domisili hotel dengan keputusan orang tua untuk menginap di hotel wilayah DKI Jakarta.

m. Rentang Waktu Menginap

Tabel 4.44 *Crosstab* Karakteristik Rentang Waktu Menginap dengan Variabel Keputusan Menginap

Crosstab						
		Kategori Variabel Keputusan Menginap			Total	
		Rendah	Sedang	Tinggi		
Rentang Waktu Menginap	1 Hari	Count	3	8	5	16
		% of Total	3.1%	8.2%	5.2%	16.5%
	2 Hari	Count	1	24	9	34
		% of Total	1.0%	24.7%	9.3%	35.1%
	3 Hari	Count	4	25	4	33
		% of Total	4.1%	25.8%	4.1%	34.0%
	Lebih dari 3 Hari	Count	4	9	1	14
		% of Total	4.1%	9.3%	1.0%	14.4%
Total	Count	12	66	19	97	
	% of Total	12.4%	68.0%	19.6%	100.0%	

Mayoritas responden menginap selama 2 hari sebanyak 35,1%, Pada kelompok ini sebagian besar Keputusan orang tua untuk menginap berada pada kategori sedang yaitu sebanyak 24,7%, kategori tinggi 9,3%, dan kategori rendah sebanyak 1%. Responden yang menginap selama 3 hari berjumlah 34%, dengan mayoritas juga pada kategori sedang, sebanyak 25,8%. Sementara itu, responden yang menginap selama 1 hari sebanyak 16,5% didominasi oleh kategori sedang sebanyak 8,2%, sedangkan responden yang menginap lebih dari 3 hari berjumlah 14,4%, dengan mayoritas berada pada kategori sedang sebanyak 9,3%. Hal ini mengindikasikan bahwa lamanya menginap bukan merupakan faktor utama yang membedakan keputusan orang tua untuk menginap melainkan keputusan tersebut lebih dipengaruhi oleh manfaat yang

diperoleh selama menginap seperti kenyamanan, kualitas pelayanan, dan kelengkapan fasilitas ramah keluarga.

Tabel 4.45 *Chi-Square* Rentang Waktu Menginap dengan Variabel Keputusan Menginap

Chi-Square Tests			
	Value	df	Asymptotic Significance (2-sided)
Pearson <i>Chi-Square</i>	11.037 ^a	6	.087
Likelihood Ratio	11.573	6	.072
N of Valid Cases	97		

a. 6 cells (50.0%) have expected count less than 5. The minimum expected count is 1.73.

Berdasarkan hasil uji *Chi-Square* diperoleh nilai *pearson Chi-Square* 11,037 dengan nilai signifikansi 0,087 > 0,05. Dengan demikian, dapat disimpulkan bahwa tidak terdapat hubungan yang signifikan antara rentang waktu menginap dengan keputusan orang tua untuk menginap di hotel wilayah DKI Jakarta.

n. Periode Waktu Menginap

Tabel 4.46 *Crosstab* Karakteristik Periode Waktu Menginap dengan Variabel Keputusan Menginap

Crosstab						
		Kategori Variabel Keputusan Menginap				
			Rendah	Sedang	Tinggi	Total
Periode Waktu Menginap	Oktober 2025	Count	1	7	4	12
		% of	1.0%	7.2%	4.1%	12.4%
		Total				
	November 2025	Count	1	5	2	8
		% of	1.0%	5.2%	2.1%	8.2%
		Total				
	Desember 2025	Count	3	24	5	32
		% of	3.1%	24.7%	5.2%	33.0%
		Total				
	Januari 2026	Count	1	10	4	15
		% of	1.0%	10.3%	4.1%	15.5%
		Total				
	Februari 2026	Count	1	7	1	9
		% of	1.0%	7.2%	1.0%	9.3%
		Total				
	Maret 2026	Count	3	10	2	15
		% of	3.1%	10.3%	2.1%	15.5%
		Total				
April 2026	Count	2	3	1	6	
	% of	2.1%	3.1%	1.0%	6.2%	
	Total					

Total	Count	12	66	19	97
	% of Total	12.4%	68.0%	19.6%	100.0%

Mayoritas responden menginap pada bulan Desember 2025 sebanyak 32%, Pada kelompok ini sebagian besar keputusan orang tua untuk menginap berada pada kategori sedang yaitu sebanyak 24,7%, kategori tinggi 5,2%, dan kategori rendah sebanyak 3,1%. Responden yang menginap pada bulan Januari 2026 dan Maret 2026 masing-masing berjumlah 15,5%, dengan mayoritas juga pada kategori sedang, sebanyak 10,3%. Sementara itu, responden yang menginap pada bulan Oktober 2025 sebanyak 12,4%, bulan Februari 2026 sebanyak 9,3%, sedangkan responden yang menginap lebih bulan November 2025 sebanyak 8,2%, sedangkan pada bulan April 2026 sebanyak 6,2% yang seluruhnya menunjukkan dominasi oleh kategori sedang. Hal ini mengindikasikan bahwa lamanya menginap bukan merupakan faktor utama yang membedakan keputusan orang tua untuk menginap melainkan keputusan tersebut lebih dipengaruhi oleh manfaat yang diperoleh selama menginap seperti kenyamanan, kualitas pelayanan, dan kelengkapan fasilitas ramah keluarga.

Tabel 4.47 *Chi-Square* Periode Waktu Menginap dengan Variabel Keputusan Menginap

Chi-Square Tests			
	Value	df	Asymptotic Significance (2-sided)
Pearson <i>Chi-Square</i>	7.057 ^a	12	.854
Likelihood Ratio	6.281	12	.901
N of Valid Cases	97		

a. 14 cells (66.7%) have expected count less than 5. The minimum expected count is .74.

Berdasarkan hasil uji *Chi-Square* diperoleh nilai *pearson Chi-Square* 7,057 dengan nilai signifikansi 0,854 > 0,05. Dengan demikian, dapat disimpulkan bahwa tidak terdapat hubungan yang signifikan antara periode waktu menginap dengan keputusan orang tua untuk menginap di hotel wilayah DKI Jakarta.

o. Tujuan Utama Menginap

Tabel 4.48 *Crosstab* Karakteristik Tujuan Utama Menginap dengan Variabel Keputusan Menginap

		Crosstab			
		Kategori Variabel Keputusan Menginap			Total
		Rendah	Sedang	Tinggi	
Tujuan Utama Menginap	Lainnya	Count	0	1	1
		% of Total	0.0%	1.0%	1.0%
					2.1%
	Bisnis	Count	1	1	1
		% of Total	1.0%	1.0%	1.0%
					3.1%
	Acara Keluarga	Count	2	12	3
		% of Total	2.1%	12.4%	3.1%
					17.5%
	Liburan/Staycation	Count	9	52	14
		% of Total	9.3%	53.6%	14.4%
					77.3%
	Total	Count	12	66	19
		% of Total	12.4%	68.0%	19.6%
					100.0%

Berdasarkan tabel di atas, diketahui bahwa mayoritas responden memiliki tujuan utama menginap untuk liburan/*staycation*, yaitu sebanyak 77,3%. Pada kelompok ini sebagian besar Keputusan orang tua untuk menginap berada pada kategori sedang sebanyak 53,6% diikuti kategori tinggi sebanyak 14,4%, dan kategori rendah sebanyak 9,3%. Responden yang menginap untuk keperluan acara keluarga sebanyak 17,5% dengan mayoritas kategori sedang sebanyak 12,4%. Sementara itu, responden yang menginap dengan kebutuhan bisnis hanya berjumlah 3,1%, dan tujuan lainnya sebanyak 2,1%. Dominasi responden yang memiliki tujuan liburan atau *staycation* juga menunjukkan bahwa hotel di wilayah DKI Jakarta banyak dimanfaatkan sebagai sarana rekreasi keluarga.

Tabel 4.49 *Chi-Square* Tujuan Utama Menginap dengan Variabel Keputusan Menginap

Chi-Square Tests			
	Value	df	Asymptotic Significance (2-sided)
Pearson <i>Chi-Square</i>	3.287 ^a	6	.772
Likelihood Ratio	2.991	6	.810
N of Valid Cases	97		

a. 8 cells (66.7%) have expected count less than 5. The minimum expected count is .25.

Berdasarkan hasil uji *Chi-Square* diperoleh nilai *pearson Chi-Square* 3,287 dengan nilai signifikansi 0,772 > 0,05. Dengan demikian, dapat disimpulkan bahwa tidak terdapat hubungan yang signifikan antara tujuan utama menginap dengan keputusan orang tua untuk menginap di hotel wilayah DKI Jakarta.

4.1.2.4 Tabulasi Silang Antara Karakteristik Responden Dengan Fasilitas Ramah

Keluarga

a. Usia Suami

Tabel 4.50 *Crosstab* Karakteristik Usia Suami dengan Variabel Fasilitas Ramah Keluarga

Crosstab						
			Kategori Variabel Fasilitas			Total
			Ramah Keluarga			
			Rendah	Sedang	Tinggi	
Usia Suami	20-25 Tahun	Count	0	2	0	2
		% of	0.0%	2.1%	0.0%	2.1%
		Total				
	26-30 Tahun	Count	1	8	0	9
		% of	1.0%	8.2%	0.0%	9.3%
		Total				
	31-35 Tahun	Count	1	23	4	28
		% of	1.0%	23.7%	4.1%	28.9%
		Total				
	36-40 Tahun	Count	2	19	1	22
		% of	2.1%	19.6%	1.0%	22.7%
		Total				
	41-45 Tahun	Count	3	18	1	22
		% of	3.1%	18.6%	1.0%	22.7%
		Total				
46-50 Tahun	Count	2	10	1	13	
	% of	2.1%	10.3%	1.0%	13.4%	
	Total					
Meninggal Dunia	Count	0	1	0	1	
	% of	0.0%	1.0%	0.0%	1.0%	
	Total					
Total	Count	9	81	7	97	
	% of	9.3%	83.5%	7.2%	100.0%	
	Total					

Sebagian besar responden pada kategori sedang. Usia 31-35 tahun merupakan kelompok dengan jumlah responden terbanyak yaitu, 28,9%, yang dinominasi oleh kategori sedang sebanyak 19,6% diikuti kategori tinggi sebanyak 7,2%, dan rendah 2,1%. Secara keseluruhan kategori sedang mendominasi fasilitas ramah keluarga dengan jumlah 83,5%, sedangkan kategori tinggi sebanyak 7,2% dan kategori rendah sebanyak 9,3%. Hal ini menunjukkan bahwa sebagian besar fasilitas ramah keluarga yang berada pada kategori sedang. Orang tua dengan umur di atas 25 tahun keatas dianggap memiliki umur yang matang dan siap untuk mendidik serta merawat anaknya dibandingkan dengan umur yang kurang dari 25 tahun (Indriana, 2022).

Tabel 4.51 *Chi-Square* Usia Suami dengan Variabel Fasilitas Ramah Keluarga

Chi-Square Tests			
	Value	df	Asymptotic Significance (2-sided)
Pearson <i>Chi-Square</i>	5.743 ^a	12	.928
Likelihood Ratio	6.671	12	.879
N of Valid Cases	97		

a. 16 cells (76,2%) have expected count less than 5. The minimum expected count is ,07.

Berdasarkan hasil uji *Chi-Square*, diperoleh nilai *pearson Chi-Square* sebesar 5,743 dengan nilai signifikansi 0,. Karena nilai $\text{sig} > 0,05$, maka tidak terdapat hubungan yang signifikan antara usia suami dengan keputusan orang tua untuk menginap di hotel wilayah DKI Jakarta.

b. Usia Istri

Tabel 4.52 *Crosstab* Karakteristik Usia Istri dengan Variabel Fasilitas Ramah Keluarga

		Crosstab				
		Kategori Variabel Fasilitas Ramah Keluarga				
			Rendah	Sedang	Tinggi	Total
Usia Istri	20-25 Tahun	Count	0	5	0	5
		% of	0.0%	5.2%	0.0%	5.2%
		Total				
	26-30 Tahun	Count	2	21	2	25
		% of	2.1%	21.6%	2.1%	25.8%
		Total				
	31-35 Tahun	Count	3	21	2	26
		% of	3.1%	21.6%	2.1%	26.8%
		Total				
	36-40 Tahun	Count	2	14	2	18
		% of	2.1%	14.4%	2.1%	18.6%
		Total				

Crosstab					
		Kategori Variabel Fasilitas Ramah Keluarga			Total
		Rendah	Sedang	Tinggi	
41-45 Tahun	Count	2	14	1	17
	% of	2.1%	14.4%	1.0%	17.5%
	Total				
46-50 Tahun	Count	0	5	0	5
	% of	0.0%	5.2%	0.0%	5.2%
	Total				
Meninggal Dunia	Count	0	1	0	1
	% of	0.0%	1.0%	0.0%	1.0%
	Total				
Total	Count	9	81	7	97
	% of	9.3%	83.5%	7.2%	100.0%
	Total				

Usia istri dengan keputusan orang tua untuk menginap di hotel wilayah DKI Jakarta mayoritas responden pada kategori sedang. Usia 31-35 tahun memiliki jumlah terbanyak 26,8% yang didominasi oleh kategori sedang 21,6%, diikuti kategori tinggi sebanyak 2,1%, dan kategori rendah sebanyak 3,1%. Sementara itu, kelompok 26-30 tahun juga menunjukkan kecenderungan yang sama, dengan mayoritas responden berada pada kategori sedang sebanyak 21,6% dan kategori tinggi dan rendah sebanyak 2,1%. Hal ini menunjukkan bahwa sebagian besar orang tua, berdasarkan usia istri memiliki keputusan menginap yang berada pada kategori sedang. Sejalan dengan penelitian Tseng et al. (2023) bahwa keluarga pada usia dewasa produktif merupakan segmen utama wisata keluarga. Pada kelompok ini, keputusan memilih hotel umumnya didasarkan pada kemampuan hotel memengaruhi kebutuhan seluruh anggota keluarga, khususnya anak, sehingga usia bukan menjadi pertimbangan utama dalam menentukan pilihan akomodasi.

Tabel 4.53 *Chi-Square* Usia Istri dengan Variabel Fasilitas Ramah Keluarga

Chi-Square Tests			
	Value	df	Asymptotic Significance (2-sided)
Pearson <i>Chi-Square</i>	3.086 ^a	12	.995
Likelihood Ratio	4.807	12	.964
N of Valid Cases	97		

a. 17 cells (81,0%) have expected count less than 5. The minimum expected count is ,07.

Berdasarkan hasil *Chi-Square*, diperoleh nilai *pearson Chi-Square* sebesar 3,086 dengan nilai signifikansi 0,995. Karena nilai $\text{sig} > 0,05$ maka, tidak terdapat hubungan yang signifikan antara usia istri dengan fasilitas ramah keluarga.

c. Kota Domisili

Tabel 4.54 *Crosstab* Karakteristik Kota domisili dengan Variabel Fasilitas Ramah Keluarga

Crosstab						
		Kategori Variabel Fasilitas Ramah Keluarga				
			Rendah	Sedang	Tinggi	Total
Kota Domisili	Jakarta	Count	5	33	4	42
		% of Total	5.2%	34.0%	4.1%	43.3%
	Bogor	Count	2	16	1	19
		% of Total	2.1%	16.5%	1.0%	19.6%
	Depok	Count	0	14	0	14
		% of Total	0.0%	14.4%	0.0%	14.4%
	Tangerang	Count	2	5	2	9
		% of Total	2.1%	5.2%	2.1%	9.3%
	Bekasi	Count	0	13	0	13
		% of Total	0.0%	13.4%	0.0%	13.4%
	Total	Count	9	81	7	97
		% of Total	9.3%	83.5%	7.2%	100.0%

Mayoritas responden berasal dari kota domisili di Jakarta, yaitu sebanyak 43,3%. Pada kelompok responden yang berdomisili di Jakarta sebagian besar memiliki keputusan menginap pada kategori sedang, yaitu 34%, diikuti kategori tinggi sebanyak 4,1% dan kategori rendah sebanyak 5,2%. Pola yang sama terlihat pada responden dari Bogor, Depok, Tangerang, dan Bekasi, dengan kategori sedang yang paling dominan, sebanyak 83,5%, diikuti kategori tinggi sebanyak 7,2% dan kategori rendah sebanyak 9,3%. Hasil ini mayoritas memiliki kecenderungan keputusan menginap pada kategori sedang dari yang berdomisili di Jakarta mapupun di luar Jakarta. Sejalan dengan penelitian Lee et al. (2023) yang menjelaskan bahwa keputusan keluarga dalam memilih akomodasi lebih dipengaruhi oleh karakteristik hotel dan kebutuhan keluarga dibandingkan dengan lokasi tempat tinggal wisatawan.

Tabel 4.55 *Chi-Square* Usia Kota Domisili dengan Variabel Fasilitas Ramah Keluarga

Chi-Square Tests			
	Value	df	Asymptotic Significance (2-sided)
Pearson <i>Chi-Square</i>	11.487 ^a	8	.176
Likelihood Ratio	14.487	8	.070
N of Valid Cases	97		

a. 10 cells (66,7%) have expected count less than 5. The minimum expected count is ,65.

Berdasarkan hasil uji *Chi-Square* diperoleh nilai *pearson Chi-Square* 11,487 dengan nilai signifikansi 0,176 > 0,05. Dengan demikian, dapat disimpulkan bahwa tidak terdapat hubungan yang signifikan antara kota domisili responden dengan fasilitas ramah keluarga

d. Pendidikan Suami

Tabel 4.56 *Crosstab* Pendidikan Suami dengan Variabel Fasilitas Ramah Keluarga

Crosstab						
		Kategori Variabel Fasilitas Ramah Keluarga				Total
		Rendah	Sedang	Tinggi		
Pendidikan Suami	SMA	Count	2	6	1	9
	Sederajat	% of Total	2.1%	6.2%	1.0%	9.3%
	D1/D2/D3	Count	1	11	0	12
		% of Total	1.0%	11.3%	0.0%	12.4%
	S1/D4	Count	6	53	5	64
		% of Total	6.2%	54.6%	5.2%	66.0%
	S2-S3	Count	0	11	1	12
		% of Total	0.0%	11.3%	1.0%	12.4%
Total		Count	9	81	7	97
		% of Total	9.3%	83.5%	7.2%	100.0%

Mayoritas responden memiliki tingkat pendidikan suami pada jenjang S1/D4 yaitu sebanyak 66%. Pada kelompok tersebut, sebagian besar fasilitas ramah keluarga pada kategori sedang sebanyak 54,6%, kategori tinggi sebanyak 5,2%, dan sebanyak 6,2% kategori rendah. Pendidikan SMA Sederajat, D1/D2/D3 serta S2-S3 menunjukkan pola yang serupa di mana kategori sedang merupakan kategori yang paling dominan. Secara

keseluruhan keputusan orang tua untuk menginap didominasi oleh kategori sedang sebanyak 83,5% sedangkan kategori tinggi 7,2%, dan kategori rendah 9,3%. Temuan ini sejalan dengan penelitian Lee et al. (2023) yang menjelaskan bahwa karakteristik demografis termasuk tingkat pendidikan, bukan merupakan faktor utama dalam keputusan utama dalam memilih hotel.

Tabel 4.57 *Chi-Square* Pendidikan Suami dengan Variabel Fasilitas Ramah Keluarga
Chi-Square Tests

	Value	df	Asymptotic Significance (2-sided)
Pearson <i>Chi-Square</i>	4.359 ^a	6	.628
Likelihood Ratio	5.865	6	.438
N of Valid Cases	97		

a. 7 cells (58,3%) have expected count less than 5. The minimum expected count is ,65.

Berdasarkan hasil uji *Chi-Square* diperoleh nilai *pearson Chi-Square* 4,359 dengan nilai signifikansi 0,628 > 0,05. Dengan demikian, dapat disimpulkan bahwa tidak terdapat hubungan yang signifikan antara pendidikan suami responden dengan fasilitas ramah keluarga.

e. Pendidikan Istri

Tabel 4.58 *Crosstab* Pendidikan Istri dengan Variabel Fasilitas Ramah Keluarga

		Kategori Variabel Fasilitas Ramah Keluarga			
		Rendah	Sedang	Tinggi	Total
Pendidikan Istri SMA	Count	1	7	0	8
	% of Total	1.0%	7.2%	0.0%	8.2%
D1/D2/D3	Count	3	22	2	27
	% of Total	3.1%	22.7%	2.1%	27.8%
S1/D4	Count	4	45	3	52
	% of Total	4.1%	46.4%	3.1%	53.6%
S2-S3	Count	1	7	2	10
	% of Total	1.0%	7.2%	2.1%	10.3%
Total	Count	9	81	7	97
	% of Total	9.3%	83.5%	7.2%	100.0%

Mayoritas responden memiliki tingkat pendidikan istri pada jenjang S1/D4 yaitu sebanyak 53,6%. Pada kelompok tersebut, sebagian besar keputusan orang tua untuk menginap berada pada kategori sedang sebanyak 46,4%, kategori tinggi sebanyak 3,1%, dan rendah sebanyak 4,1% kategori rendah. Pendidikan SMA Sederajat,

D1/D2/D3 serta S2-S3 menunjukkan pola yang serupa di mana kategori sedang merupakan kategori yang paling dominan. Secara keseluruhan keputusan orang tua untuk menginap didominasi oleh kategori sedang sebanyak 83,5% sedangkan kategori tinggi 7,2%, dan kategori rendah 9,3%. Temuan ini sejalan dengan penelitian Madrigal, (2015) menyatakan bahwa semakin lama pendidikan formal yang diselesaikan oleh orang tua, semakin besar persepsi mereka tentang melibatkan anak dalam memberikan keputusan dalam menentukan perjalanan liburan.

Tabel 4.59 *Chi-Square* Pendidikan Istri dengan Variabel Fasilitas Ramah Keluarga

Chi-Square Tests			
	Value	df	Asymptotic Significance (2-sided)
Pearson <i>Chi-Square</i>	3.632 ^a	6	.726
Likelihood Ratio	3.483	6	.746
N of Valid Cases	97		

a. 8 cells (66,7%) have expected count less than 5. The minimum expected count is ,58.

Berdasarkan hasil uji *Chi-Square* diperoleh nilai *pearson Chi-Square* 3,632 dengan nilai signifikansi $0,726 > 0,05$. Dengan demikian, dapat disimpulkan bahwa tidak terdapat hubungan yang signifikan antara pendidikan istri responden dengan fasilitas ramah keluarga

f. Pekerjaan Suami

Tabel 4.60 *Crosstab* Pekerjaan Suami dengan Variabel Fasilitas Ramah Keluarga

Crosstab							
		Kategori Variabel Fasilitas Ramah Keluarga				Total	
		Rendah	Sedang	Tinggi			
Pekerjaan Suami	Buruh/Pekerja Harian	Count	0	1	0	1	
		% of Total	0.0%	1.0%	0.0%	1.0%	
	Freelancer/Pekerja Harian	Count	0	3	0	3	
		% of Total	0.0%	3.1%	0.0%	3.1%	
	PNS	Count	1	15	0	16	
		% of Total	1.0%	15.5%	0.0%	16.5%	
	Tenaga Pengajar (Dosen/Guru)	Count	0	6	0	6	
		% of Total	0.0%	6.2%	0.0%	6.2%	
			Count	1	6	1	8

Crosstab					
		Kategori Variabel Fasilitas Ramah Keluarga			Total
		Rendah	Sedang	Tinggi	
Tenaga Profesional (Dokter,Psikolog,dll)	% of Total	1.0%	6.2%	1.0%	8.2%
Pegawai Swasta	Count	4	28	4	36
	% of Total	4.1%	28.9%	4.1%	37.1%
Wirausaha/Pengusaha	Count	3	21	2	26
	% of Total	3.1%	21.6%	2.1%	26.8%
Cerai Mati	Count	0	1	0	1
	% of Total	0.0%	1.0%	0.0%	1.0%
Total	Count	9	81	7	97
	% of Total	9.3%	83.5%	7.2%	100.0%

Mayoritas responden memiliki pekerjaan suami sebagai pegawai swasta yaitu sebanyak 37,1%. Pada kelompok tersebut sebagian besar persepsi terhadap fasilitas ramah keluarga pada kategori sedang sebanyak 28,9%, sedangkan kategori rendah dan tinggi masing masing sebanyak 4,1%. Responden dengan pekerjaan sebagai wirausaha sebanyak 26,8%, dengan mayoritas kategori sedang sebanyak 21,6%. Responden yang bekerja sebagai PNS berjumlah 16,5% Dimana 15,5% berada pada kategori sedang. Kelompok pekerjaan lainnya seperti tenaga profesional 8,2%, tenaga pengajar 6,2%, *freelance* 3,1%, buruh 1%, dan cerai mati 1%, dan semuanya didominasi oleh kategori sedang. Hal ini menunjukkann bahwa berbagai jenis pekerjaan suami tidak menunjukkan perbedaan yang berarti dalam persepsi terhadap fasilitas ramah keluarga yang tersedia di hotel. Penilaian keluarga terhadap hotel lebih dipengaruhi oleh kualitas dan kelengkapan fasilitas ramah keluarga dibandingkan karakteristik demografis, termasuk jenis pekerjaan.

Tabel 4.61 *Chi-Square* Pekerjaan Suami dengan Variabel Fasilitas Ramah Keluarga

Chi-Square Tests			
	Value	df	Asymptotic Significance (2-sided)
Pearson <i>Chi-Square</i>	5.358 ^a	14	.980
Likelihood Ratio	8.133	14	.882
N of Valid Cases	97		

a. 19 cells (79,2%) have expected count less than 5. The minimum expected count is ,07.

Berdasarkan hasil uji *Chi-Square* diperoleh nilai *pearson Chi-Square* 5,358 dengan nilai signifikansi $0,980 > 0,05$. Dengan demikian, dapat disimpulkan bahwa tidak terdapat hubungan yang signifikan antara pekerjaan suami responden dengan fasilitas ramah keluarga

g. Pekerjaan Istri

Tabel 4.62 *Crosstab* Pekerjaan Istri dengan Variabel Fasilitas Ramah Keluarga

Crosstab						
		Kategori Variabel Fasilitas Ramah Keluarga				
			Rendah	Sedang	Tinggi	Total
Pekerjaan Istri	Buruh/Pekerja Harian	Count	0	2	0	2
		% of Total	0.0%	2.1%	0.0%	2.1%
	Freelancer/Pekerja Harian	Count	1	4	0	5
		% of Total	1.0%	4.1%	0.0%	5.2%
	PNS	Count	0	11	1	12
		% of Total	0.0%	11.3%	1.0%	12.4%
	Tenaga Pengajar (Dosen/Guru)	Count	2	5	0	7
		% of Total	2.1%	5.2%	0.0%	7.2%
	Tenaga Profesional (Dokter,Psikolog, dll)	Count	0	4	1	5
		% of Total	0.0%	4.1%	1.0%	5.2%
	Pegawai Swasta	Count	1	23	2	26
		% of Total	1.0%	23.7%	2.1%	26.8%
	Wirausaha/Pengus aha	Count	1	11	1	13
		% of Total	1.0%	11.3%	1.0%	13.4%
	Ibu Rumah Tangga	Count	4	21	2	27
		% of Total	4.1%	21.6%	2.1%	27.8%
Total	Count	9	81	7	97	
	% of Total	9.3%	83.5%	7.2%	100.0%	

Mayoritas responden memiliki pekerjaan suami sebagai ibu rumah tangga yaitu sebanyak 27,8%. Pada kelompok tersebut sebagian besar persepsi terhadap fasilitas ramah keluarga pada kategori sedang sebanyak 21,6%, sedangkan kategori rendah 4,1 dan tinggi sebanyak 2,1%. Responden dengan pekerjaan sebagai pegawai swasta

sebanyak 26,8%, dengan mayoritas kategori sedang sebanyak 23,7%. Responden yang bekerja sebagai wirausaha sebanyak 13,4% PNS berjumlah 16,5% berada pada kategori sedang. Kelompok pekerjaan lainnya seperti tenaga profesional 5,2%, tenaga pengajar 7,2%, *freelance* 5,2%, buruh 3,1%, dan cerai mati 0%, dan semuanya didominasi oleh kategori sedang. Hal ini menunjukkan bahwa berbagai jenis pekerjaan istri tidak menunjukkan perbedaan yang berarti dalam persepsi terhadap fasilitas ramah keluarga yang tersedia di hotel. Penilaian keluarga terhadap hotel lebih dipengaruhi oleh kualitas dan kelengkapan fasilitas ramah keluarga dibandingkan karakteristik demografis, termasuk jenis pekerjaan.

Tabel 4.63 *Chi-Square* Pekerjaan Istri dengan Variabel Fasilitas Ramah Keluarga

Chi-Square Tests			
	Value	df	Asymptotic Significance (2-sided)
Pearson <i>Chi-Square</i>	9.604 ^a	14	.791
Likelihood Ratio	10.940	14	.691
N of Valid Cases	97		

a. 19 cells (79,2%) have expected count less than 5. The minimum expected count is ,14.

Berdasarkan hasil uji *Chi-Square* diperoleh nilai *pearson Chi-Square* 9,604 dengan nilai signifikansi $0,791 > 0,05$. Dengan demikian, dapat disimpulkan bahwa tidak terdapat hubungan yang signifikan antara pekerjaan istri responden dengan fasilitas ramah keluarga

h. Pendapatan Keluarga

Tabel 4.64 *Crosstab* Pendapatan Keluarga dengan Variabel Fasilitas Ramah Keluarga

		Kategori Variabel Fasilitas Ramah Keluarga			
		Rendah	Sedang	Tinggi	Total
Pendapatan Keluarga <5.729.876 Perbulan	Count	2	3	0	5
	% of Total	2.1%	3.1%	0.0%	5.2%
5.729.876-8.594.814	Count	2	21	4	27
	% of Total	2.1%	21.6%	4.1%	27.8%
8.594.815-11.459.752	Count	2	24	1	27
	% of Total	2.1%	24.7%	1.0%	27.8%
	Count	2	12	1	15

Crosstab						
			Kategori Variabel Fasilitas Ramah Keluarga			Total
			Rendah	Sedang	Tinggi	
11.459.753-14.324.690	% of Total		2.1%	12.4%	1.0%	15.5%
14,324.691-17.189.628	Count	0	6	0	6	
	% of Total		0.0%	6.2%	0.0%	6.2%
>17.189.628	Count	1	15	1	17	
	% of Total		1.0%	15.5%	1.0%	17.5%
Total	Count	9	81	7	97	
	% of Total		9.3%	83.5%	7.2%	100.0%

mayoritas responden memiliki pendapatan keluarga per bulan sebesar Rp5.729.876–Rp8.594.814 dan Rp8.594.815–Rp11.459.752, masing-masing sebanyak 27,8%. Pada kelompok pendapatan Rp5.729.876–Rp8.594.814, sebagian besar responden menilai fasilitas ramah keluarga berada pada kategori sedang, yaitu sebanyak 21,6%, diikuti kategori tinggi sebanyak 4,1%, dan kategori rendah sebanyak 2,1%. Pada pendapatan Rp8.594.815–Rp11.459.752, mayoritas responden berada pada kategori sedang sebanyak 24,7%, sedangkan kategori rendah dan tinggi masing-masing sebanyak 2,1% dan 1%. Responden dengan pendapatan lebih dari Rp17.189.628 sebanyak 17,5%, yang sebagian besar juga pada kategori sedang sebanyak 15,5%. Sementara itu, kelompok pendapatan Rp11.459.753–Rp14.324.690 sebanyak 15,5%, Rp14.324.691–Rp17.189.628 sebanyak 6,2%, dan kurang dari Rp5.729.876 sebanyak 5,2%, juga didominasi oleh kategori sedang. Hasil ini menunjukkan bahwa pada berbagai tingkat pendapatan keluarga, mayoritas responden memberikan penilaian terhadap fasilitas ramah keluarga pada kategori sedang.

Tabel 4.65 *Chi-Square* Pendapatan Keluarga dengan Variabel Fasilitas Ramah Keluarga

Chi-Square Tests			
	Value	df	Asymptotic Significance (2-sided)
Pearson <i>Chi-Square</i>	10.581 ^a	10	.391
Likelihood Ratio	9.253	10	.508
N of Valid Cases	97		

a. 13 cells (72,2%) have expected count less than 5. The minimum expected count is ,36.

Berdasarkan hasil uji *Chi-Square* diperoleh nilai *pearson Chi-Square* 10,581 dengan nilai signifikansi $0,391 > 0,05$. Dengan demikian, dapat disimpulkan bahwa tidak terdapat hubungan yang signifikan antara pendapatan keluarga responden dengan fasilitas ramah keluarga

i. Jumlah Anak

Tabel 4.66 *Crosstab* Jumlah Anak dengan Variabel Fasilitas Ramah Keluarga

		Kategori Variabel Fasilitas Ramah Keluarga			Total
		Rendah	Sedang	Tinggi	
Jumlah Anak 1	Count	2	34	3	39
	% of Total	2.1%	35.1%	3.1%	40.2%
2	Count	5	37	3	45
	% of Total	5.2%	38.1%	3.1%	46.4%
3	Count	2	9	1	12
	% of Total	2.1%	9.3%	1.0%	12.4%
Lebih dari 3 anak	Count	0	1	0	1
	% of Total	0.0%	1.0%	0.0%	1.0%
Total	Count	9	81	7	97
	% of Total	9.3%	83.5%	7.2%	100.0%

Mayoritas responden memiliki dua orang anak, yaitu sebanyak 46,4%. Pada kelompok tersebut sebagian besar memiliki keputusan menginap pada kategori sedang, sebanyak 38,1%, diikuti oleh kategori tinggi sebanyak 3,1%, dan kategori rendah 5,2%. Sementara itu, responden yang memiliki satu anak berjumlah 40,2%, dengan mayoritas berada pada kategori sedang sebanyak 35,1%. Adapun responden yang memiliki tiga orang anak sebanyak 12,4% didominasi oleh kategori sedang sebesar 9,3%, sedangkan responden yang memiliki anak lebih dari 3 orang anak hanya berjumlah 1% dan berada pada kategori tinggi. Secara keseluruhan persepsi fasilitas ramah keluarga didominasi kategori sedang 83,5%, tinggi 7,2%, dan rendah 9,3%. Temuan ini sejalan dengan penelitian Buzlu et al. (2022) yang menyatakan bahwa dalam memilih hotel, keluarga lebih mempertimbangkan kesesuaian fasilitas dengan kebutuhan anak, seperti area bermain, keamanan, dan aktivitas keluarga, dibandingkan jumlah anak yang dimiliki.

Tabel 4.67 *Chi-Square* Jumlah Anak dengan Variabel Fasilitas Ramah Keluarga

Chi-Square Tests			
	Value	df	Asymptotic Significance (2-sided)
Pearson <i>Chi-Square</i>	2.018 ^a	6	.918
Likelihood Ratio	2.179	6	.903
N of Valid Cases	97		

a. 9 cells (75,0%) have expected count less than 5. The minimum expected count is ,07.

Berdasarkan hasil uji *Chi-Square* diperoleh nilai *pearson Chi-Square* 2,018 dengan nilai signifikansi 0,918 > 0,05. Dengan demikian, dapat disimpulkan bahwa tidak terdapat hubungan yang signifikan antara jumlah anak responden dengan fasilitas ramah keluarga.

j. Usia Anak

Tabel 4.68 *Crosstab* Usia Anak dengan Variabel Fasilitas Ramah Keluarga

Crosstab						
		Kategori Variabel Fasilitas Ramah Keluarga				
			Rendah	Sedang	Tinggi	Total
Usia Anak	0-3 Tahun	Count	4	31	3	38
		% of Total	4.1%	32.0%	3.1%	39.2%
	4-6 Tahun	Count	3	23	2	28
		% of Total	3.1%	23.7%	2.1%	28.9%
	7-9 Tahun	Count	1	15	1	17
		% of Total	1.0%	15.5%	1.0%	17.5%
	10-12 Tahun	Count	1	12	1	14
		% of Total	1.0%	12.4%	1.0%	14.4%
Total	Count	9	81	7	97	
	% of Total	9.3%	83.5%	7.2%	100.0%	

Berdasarkan tabel di atas mayoritas responden memiliki anak usia 0-3 tahun, yaitu sebanyak 39,2%. Pada kelompok ini, sebagian besar berada pada kategori sedang, yaitu sebanyak 32%, diikuti kategori tinggi 3,1%, dan kategori rendah sebanyak 4,1%. Responden yang memiliki anak usia 4-6 tahun sebanyak 28,9%, dengan mayoritas pada kategori sedang sebanyak 23,7%. Selanjutnya anak berusia 7-9 tahun sebanyak 17,5% dengan mayoritas pada kategori sedang sebanyak 15,5%, sedangkan usia 10-12 tahun sebanyak 14,4% yang juga didominasi oleh kategori sedang sebanyak 12,4%. Secara keseluruhan persepsi fasilitas ramah keluarga pada kategori sedang. Temuan ini sejalan dengan penelitian Lee et al., (2023) bahwa karakteristik keluarga termasuk

usia anak memengaruhi preferensi wisata keluarga dalam memilih akomodasi dan fasilitas selama perjalanan.

Tabel 4.69 *Chi-Square* Usia Anak dengan Variabel Fasilitas Ramah Keluarga

Chi-Square Tests			
	Value	df	Asymptotic Significance (2-sided)
Pearson <i>Chi-Square</i>	.549 ^a	6	.997
Likelihood Ratio	.583	6	.997
N of Valid Cases	97		

a. 8 cells (66,7%) have expected count less than 5. The minimum expected count is 1,01.

Berdasarkan hasil uji *Chi-Square* diperoleh nilai *pearson Chi-Square* 0,549 dengan nilai signifikansi 0,997 > 0,05. Dengan demikian, dapat disimpulkan bahwa tidak terdapat hubungan yang signifikan antara pendidikan suami responden dengan fasilitas ramah keluarga

k. Bintang Hotel

Tabel 4.70 *Crosstab* Bintang Hotel dengan Variabel Fasilitas Ramah Keluarga

Crosstab						
		Kategori Variabel Fasilitas Ramah Keluarga				
			Rendah	Sedang	Tinggi	Total
Bintang Hotel	Bintang 3	Count	2	5	0	7
		% of Total	2.1%	5.2%	0.0%	7.2%
	Bintang 4	Count	2	38	5	45
		% of Total	2.1%	39.2%	5.2%	46.4%
	Bintang 5	Count	5	38	2	45
		% of Total	5.2%	39.2%	2.1%	46.4%
Total	Count	9	81	7	97	
	% of Total	9.3%	83.5%	7.2%	100.0%	

Diketahui bahwa mayoritas responden menginap di hotel bintang 4 dan bintang 5, masing masing sebanyak 46,4% sedangkan responden yang menginap di bintang 3 sebanyak 7,2%. Pada kelompok hotel Bintang 4 dan Bintang 5, sebagian besar persepsi fasilitas ramah keluarga berada pada kategori sedang, yaitu sebanyak 39,2%, diikuti kategori tinggi sebanyak 2,1% dan 5,2%, dan rendah sebanyak 5,2% dan 2,1%. Secara keseluruhan persepsi fasilitas ramah keluarga didominasi oleh kategori sedang sebanyak 83,5%, kategori tinggi 9,3%, dan kategori rendah sebanyak 7,2%. Hasil ini sejalan dengan penelitian dari Tseng et al. (2023) menyatakan bahwa dalam

memilih hotel, keluarga tidak hanya mempertimbangkan klasifikasi bintang hotel, tetapi juga memperhatikan kualitas fasilitas, kenyamanan, keamanan, dan pelayanan yang sesuai dengan kebutuhan seluruh anggota keluarga.

Tabel 4.71 *Chi-Square* Standar Bintang Hotel dengan Variabel Fasilitas Ramah Keluarga

Chi-Square Tests			
	Value	df	Asymptotic Significance (2-sided)
Pearson <i>Chi-Square</i>	2.868 ^a	8	.942
Likelihood Ratio	3.260	8	.917
N of Valid Cases	97		

a. 10 cells (66,7%) have expected count less than 5. The minimum expected count is ,43.

Berdasarkan hasil uji *Chi-Square* diperoleh nilai *pearson Chi-Square* 2,868 dengan nilai signifikansi 0,924 > 0,05. Dengan demikian, dapat disimpulkan bahwa tidak terdapat hubungan yang signifikan antara standar bintang hotel dengan fasilitas ramah keluarga

1. Domisili Hotel

Tabel 4.72 *Crosstab* Domisili Hotel dengan Variabel Fasilitas Ramah Keluarga

			Crosstab			
			Kategori Variabel Fasilitas Ramah Keluarga			
			Rendah	Sedang	Tinggi	Total
Domisili Hotel	Jakarta Timur	Count	0	5	1	6
		% of Total	0.0%	5.2%	1.0%	6.2%
	Jakarta Pusat	Count	4	42	2	48
		% of Total	4.1%	43.3%	2.1%	49.5%
	Jakarta Selatan	Count	3	18	2	23
		% of Total	3.1%	18.6%	2.1%	23.7%
	Jakarta Utara	Count	1	9	1	11
		% of Total	1.0%	9.3%	1.0%	11.3%
	Jakarta Barat	Count	1	7	1	9
		% of Total	1.0%	7.2%	1.0%	9.3%
	Total	Count	9	81	7	97
		% of Total	9.3%	83.5%	7.2%	100.0%

Berdasarkan tabel di atas, diketahui mayoritas responden menginap di hotel yang berlokasi di Jakarta Pusat, yaitu sebanyak 49,5% responden. Pada kelompok ini, sebagian besar persepsi fasilitas ramah keluarga berada pada kategori sedang, yaitu

sebanyak 43,3%, diikuti kategori tinggi sebanyak 2,1%, dan rendah sebanyak 4,1%. Responden yang menginap di Jakarta Selatan berjumlah 23,7%, dengan mayoritas berada pada kategori sedang sebanyak 18,6%. Jakarta Utara sebanyak 11,3%, Jakarta Barat 9,3%, dan Jakarta Timur paling sedikit dipilih sebanyak 6,2%. Hal ini mengindikasikan bahwa lokasi hotel di wilayah DKI Jakarta bukan merupakan satu-satunya pertimbangan dalam menentukan keputusan menginap.

Tabel 4.73 *Chi-Square* Domisili Hotel dengan Variabel Fasilitas Ramah Keluarga

Chi-Square Tests			
	Value	df	Asymptotic Significance (2-sided)
Pearson <i>Chi-Square</i>	2.868 ^a	8	.942
Likelihood Ratio	3.260	8	.917
N of Valid Cases	97		

a. 10 cells (66,7%) have expected count less than 5. The minimum expected count is ,43.

Berdasarkan hasil uji *Chi-Square* diperoleh nilai *pearson Chi-Square* 2,868 dengan nilai signifikansi $0,942 > 0,05$. Dengan demikian, dapat disimpulkan bahwa tidak terdapat hubungan yang signifikan antara domisili hotel dengan fasilitas ramah keluarga

m. Rentang Waktu Menginap

Tabel 4.74 *Crosstab* Rentang Waktu Menginap dengan Variabel Fasilitas Ramah Keluarga

		Crosstab				
		Kategori Variabel Fasilitas Ramah Keluarga				
			Rendah	Sedang	Tinggi	Total
Rentang Waktu Menginap	1 Hari	Count	3	12	1	16
		% of Total	3.1%	12.4%	1.0%	16.5%
	2 Hari	Count	2	29	3	34
		% of Total	2.1%	29.9%	3.1%	35.1%
	3 Hari	Count	2	28	3	33
		% of Total	2.1%	28.9%	3.1%	34.0%
	Lebih dari 3 Hari	Count	2	12	0	14
		% of Total	2.1%	12.4%	0.0%	14.4%
Total	Count	9	81	7	97	
	% of Total	9.3%	83.5%	7.2%	100.0%	

Mayoritas responden menginap selama 2 hari sebanyak 35,1%, Pada kelompok ini sebagian besar perspektif fasilitas ramah keluarga berada pada kategori sedang yaitu sebanyak 29,9%, kategori tinggi 2,1%, dan kategori rendah sebanyak 3,1%. Responden yang menginap selama 3 hari berjumlah 34%, dengan mayoritas juga pada kategori sedang, sebanyak 28,9%. Sementara itu, responden yang menginap selama 1 hari sebanyak 16,5%, sedangkan responden yang menginap lebih dari 3 hari berjumlah 14,4%. Hal ini mengindikasikan bahwa lamanya menginap bukan merupakan faktor utama yang membedakan keputusan orang tua untuk menginap melainkan keputusan tersebut lebih dipengaruhi oleh manfaat yang diperoleh selama menginap seperti kenyamanan, kualitas pelayanan, dan kelengkapan fasilitas ramah keluarga.

Tabel 4.75 *Chi-Square* Rentang Waktu Menginap dengan Variabel Fasilitas Ramah Keluarga

Chi-Square Tests			
	Value	df	Asymptotic Significance (2-sided)
Pearson <i>Chi-Square</i>	4.197 ^a	6	.650
Likelihood Ratio	4.897	6	.557
N of Valid Cases	97		

a. 8 cells (66,7%) have expected count less than 5. The minimum expected count is 1,01.

Berdasarkan hasil uji *Chi-Square* diperoleh nilai *pearson Chi-Square* 4,197 dengan nilai signifikansi $0,650 > 0,05$. Dengan demikian, dapat disimpulkan bahwa tidak terdapat hubungan yang signifikan antara rentang waktu menginap dengan fasilitas ramah keluarga

n. Periode Waktu Menginap

Tabel 4.76 *Crosstab* Periode Waktu Menginap dengan Variabel Fasilitas Ramah Keluarga

Crosstab						
		Kategori Variabel X				Total
			Rendah	Sedang	Tinggi	
Periode Waktu Menginap	Oktober 2025	Count	1	10	1	12
		% of Total	1.0%	10.3%	1.0%	12.4%
	November 2025	Count	0	7	1	8
		% of Total	0.0%	7.2%	1.0%	8.2%
	Desember 2025	Count	4	24	4	32
		% of Total	4.1%	24.7%	4.1%	33.0%

Crosstab					
		Kategori Variabel X			Total
		Rendah	Sedang	Tinggi	
Januari 2026	Count	0	14	1	15
	% of Total	0.0%	14.4%	1.0%	15.5%
Februari 2026	Count	1	8	0	9
	% of Total	1.0%	8.2%	0.0%	9.3%
Maret 2026	Count	2	13	0	15
	% of Total	2.1%	13.4%	0.0%	15.5%
April 2026	Count	1	5	0	6
	% of Total	1.0%	5.2%	0.0%	6.2%
Total	Count	9	81	7	97
	% of Total	9.3%	83.5%	7.2%	100.0%

Mayoritas responden menginap pada bulan Desember 2025 sebanyak 33%, Pada kelompok ini sebagian besar perspektif fasilitas ramah keluarga berada pada kategori sedang yaitu sebanyak 24,7%, kategori tinggi 4,1%, dan kategori rendah sebanyak 4,1%. Responden yang menginap pada bulan Januari 2026 dan Maret 2026 masing-masing berjumlah 15,5%, dengan mayoritas juga pada kategori sedang, sebanyak 14,4% dan 13,4%. Sementara itu, responden yang menginap pada bulan Oktober 2025 sebanyak 12,4%, bulan Februari 2026 sebanyak 9,3%, sedangkan responden yang menginap lebih bulan November 2025 sebanyak 8,2%, sedangkan pada bulan April 2026 sebanyak 6,2% yang seluruhnya menunjukkan dominasi oleh kategori sedang. Hal ini mengindikasikan bahwa lamanya menginap bukan merupakan faktor utama yang membedakan fasilitas ramah keluarga, dan hal tersebut lebih dipengaruhi oleh manfaat yang diperoleh selama menginap seperti kenyamanan, kualitas pelayanan, dan kelengkapan fasilitas ramah keluarga.

Tabel 4.77 *Chi-Square* Periode Waktu Menginap dengan Variabel Fasilitas Ramah Keluarga

Chi-Square Tests			
	Value	df	Asymptotic Significance (2-sided)
Pearson <i>Chi-Square</i>	7.409 ^a	12	.829
Likelihood Ratio	11.292	12	.504
N of Valid Cases	97		

a. 14 cells (66,7%) have expected count less than 5. The minimum expected count is ,43.

Berdasarkan hasil uji *Chi-Square* diperoleh nilai *pearson Chi-Square* 7,409 dengan nilai signifikansi $0,829 > 0,05$. Dengan demikian, dapat disimpulkan bahwa tidak terdapat hubungan yang signifikan antara standar bintang hotel dengan fasilitas ramah keluarga.

o. Tujuan Utama Menginap

Tabel 4.78 *Crosstab* Tujuan Utama Menginap X Variabel Fasilitas Ramah Keluarga

Crosstab						
		Kategori Variabel Fasilitas Ramah Keluarga				
			Rendah	Sedang	Tinggi	Total
Tujuan Utama Menginap	Lainnya	Count	0	2	0	2
		% of Total	0.0%	2.1%	0.0%	2.1%
	Bisnis	Count	0	3	0	3
		% of Total	0.0%	3.1%	0.0%	3.1%
	Acara Keluarga	Count	0	17	0	17
		% of Total	0.0%	17.5%	0.0%	17.5%
	Liburan/Staycation	Count	9	59	7	75
		% of Total	9.3%	60.8%	7.2%	77.3%
	Total	Count	9	81	7	97
		% of Total	9.3%	83.5%	7.2%	100.0%

Berdasarkan tabel di atas, diketahui bahwa mayoritas responden memiliki tujuan utama menginap untuk liburan/*staycation*, yaitu sebanyak 77,3%. Pada kelompok ini sebagian besar perspektif fasilitas ramah keluarga berada pada kategori sedang sebanyak 60,8% diikuti kategori tinggi sebanyak 7,2%, dan kategori rendah sebanyak 9,3%. Responden yang menginap untuk keperluan acara keluarga sebanyak 17,5% dengan mayoritas kategori sedang sebanyak 17,2%. Sementara itu, responden dengan kebutuhan bisnis hanya berjumlah 3,1%, dan tujuan lainnya sebanyak 2,1%. Dominasi responden yang memiliki tujuan liburan atau *staycation* juga menunjukkan bahwa hotel di wilayah DKI Jakarta banyak dimanfaatkan sebagai sarana rekreasi keluarga

Tabel 4.79 Tujuan Utama Menginap dengan Variabel Fasilitas Ramah Keluarga

Chi-Square Tests			
	Value	df	Asymptotic Significance (2-sided)
Pearson <i>Chi-Square</i>	5.620 ^a	6	.467
Likelihood Ratio	9.119	6	.167
N of Valid Cases	97		

a. 8 cells (66,7%) have expected count less than 5. The minimum expected count is ,14.

Berdasarkan hasil uji *Chi-Square* diperoleh nilai *pearson Chi-Square* 2,868 dengan nilai signifikansi 0,467 > 0,05. Dengan demikian, dapat disimpulkan bahwa tidak terdapat hubungan yang signifikan antara tujuan utama menginap dengan fasilitas ramah keluarga.

4.2 Pengujian Prasyarat Analisis Data

4.2.1 Uji Normalitas Residual

Uji normalitas dilakukan untuk memastikan bahwa data memiliki distribusi yang normal, hal ini merupakan syarat dalam penggunaan statistik parametrik. Dalam penelitian ini menggunakan uji normalitas residual, yaitu untuk mengetahui apakah residual yang dihasilkan dari model regresi berdistribusi normal. Uji normalitas perlu dilakukan untuk mengetahui normal atau tidaknya distribusi data dalam sebuah penelitian. Data dapat dikatakan normal apabila nilai signifikansi yang didapat lebih besar dari angka 0,05. Jika nilai signifikansi berada di bawah angka 0,05, maka data tidak berdistribusi dengan normal. Pada penelitian ini, uji normalitas dilakukan menggunakan *Kolmogrov-Smirnov* dengan bantuan SPSS versi 31.0. Berikut terlampir hasil dari uji normalitas pada penelitian ini. Sebelum terdistribusi normal data yang awalnya 100 berkurang menjadi 97 dikarenakan ditemukannya data pencilan. Data pencilan adalah data yang memiliki nilai yang sangat berbeda atau jauh dari sebagian besar data lainnya sehingga berpotensi memengaruhi hasil analisis statistik.

Sebelum melakukan uji asumsi klasik, peneliti memutuskan untuk melakukan identifikasi data pencilan menggunakan grafik *boxplot* terhadap nilai *unstandadized residual* terhadap 100 data. Berdasarkan pada grafik *boxplot* terdapat 3 data pencilan yang di tunjukan. Oleh karena itu, data tersebut di hilangkan karena berpotensi memengaruhi hasil analisis regresi dan asumsi normalitas residual. Setelah

mengeluarkan data pencilan dari proses analisis sehingga jumlah data yang semula 100 responden menjadi 97 responden.

Tabel 4.80 Tabel Hasil Uji Normalitas Residual dengan *Kolmogorov-Smirnov*

One-Sample Kolmogorov-Smirnov Test			
			Unstandardized Residual
N			97
Normal Parameters ^{a,b}	Mean		.0000000
	Std. Deviation		4.71117475
Most Extreme Differences	Absolute		.088
	Positive		.088
	Negative		-.063
Test Statistic			.088
Asymp. Sig. (2-tailed) ^c			.062
Monte Carlo Sig. (2-tailed) ^d	Sig.		.061
	99% Confidence Interval	Lower Bound	.055
		Upper Bound	.067

a. Test distribution is Normal.

b. Calculated from data.

c. Lilliefors Significance Correction.

d. Lilliefors' method based on 10000 Monte Carlo samples with starting seed 92208573.

Berdasarkan hasil uji normalitas residual menggunakan *kolmogorov-smirnov* pada tabel 4.25 diperoleh nilai signifikansi sebesar 0,062. Karena nilai signifikansi lebih besar dari 0,05 ($0,062 > 0,05$), maka H_0 yang menyatakan residual berdistribusi normal diterima dan H_1 yang menyatakan residual tidak berdistribusi normal ditolak. Dengan demikian, variabel berdistribusi normal sehingga asumsi normalitas dalam analisis regresi telah terpenuhi.

4.2.2 Uji Linearitas

Uji linearitas perlu dilakukan untuk memastikan bahwa persamaan regresi membentuk garis yang linear. Uji Linearitas Adalah uji yang digunakan untuk mengetahui apakah terdapat hubungan yang bersifat linear antara variable independent dan variable dependen. Uji ini merupakan salah satu asumsi yang perlu dipenuhi dalam analisis regresi linear, karena regresi linear mengansumsikan bahwa perubahan variabel X memiliki hubungan yang mengikuti pola garis lurus terhadap variable Y. Berikut adalah hasil dari uji linearitas pada penelitian ini.

Tabel 4.81 Hasil Uji Linearitas

ANOVA Tabel							
			Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
Keputusan * Fasilitas	Between Groups	(Combined)	2089,918	35	59,712	3,758	0,000
		Linearity	928,522	1	928,522	58,431	0,000
		Deviation from Linearity	1161,397	34	34,159	2,150	0,005
	Within Groups		969,339	61	15,891		
	Total		3059,258	96			

Berdasarkan data yang terlampir pada tabel 4.22, dapat diketahui bahwa tidak ada hubungan secara linear antara variabel fasilitas ramah keluarga dan keputusan menginap hotel (*Deviation from Linearity* $0,005 < 0,050$).

4.3 Pengujian Hipotesis

4.3.1 Uji Korelasi

Fasilitas ramah keluarga merupakan fasilitas yang disediakan oleh hotel untuk memenuhi kebutuhan keluarga, khususnya orang tua yang menginap Bersama anak, seperti fasilitas bermain anak, perlengkapan bayi, keamanan, dan fasilitas pendukung lainnya. Sementara itu, keputusan menginap merupakan proses pengambilan keputusan yang dilakukan orang tua dalam memilih dan memutuskan untuk menginap di hotel. Uji korelasi digunakan untuk mengidentifikasi apakah terdapat hubungan antara variabel fasilitas ramah keluarga dengan keputusan orang tua untuk menginap di hotel wilayah DKI Jakarta. Pada penelitian ini, uji korelasi menggunakan *Rank Spearman*.

Tabel 4.82 Hasil Uji Korelasi Spearman Pada Variabel X dengan Y

Correlations				
			Fasilitas	Keputusan
Spearman's rho	Fasilitas	Correlation Coefficient	1,000	.523**
		Sig. (2-tailed)		0,000
		N	97	97
	Keputusan	Correlation Coefficient	.523**	1,000
		Sig. (2-tailed)	0,000	
		N	97	97

** . Correlation is significant at the 0.01 level (2-tailed).

Berdasarkan data Tabel di atas diperoleh nilai $r = 0,523$. Hal ini menunjukkan bahwa fasilitas ramah keluarga memiliki hubungan yang cukup kuat dengan keputusan orang tua untuk menginap. Diketahui juga bahwa fasilitas ramah keluarga memiliki hubungan yang sangat signifikan ($\text{sig.} 0,000$).

4.3.2 Uji Regresi Logistik Biner

1) Uji Kelayakan Model Regresi

Uji *hosmer-lemeshow* digunakan untuk mengetahui cocok atau tidak cocoknya model regresi logistik terhadap penelitian. Berikut adalah hasil uji persamaan regresi sederhana yang telah dilakukan pada penelitian ini.

Tabel 4.83 Hasil Uji *Hosmer-Lemeshow*

Hosmer and Lemeshow Test				
Step	Chi-Square	df	Sig.	
1	8,454	7	0,294	

Berdasarkan data pada tabel di atas, dapat diketahui bahwa nilai $\text{sig} = 0,294$ yang mana lebih besar dari 0,05. Maka dapat disimpulkan bahwa H_0 diterima yang artinya model regresi logistik cocok digunakan pada penelitian ini.

2) Uji Koefisien Determinasi

Uji koefisien determinasi pada penelitian ini dilakukan untuk mengukur kontribusi fasilitas ramah keluarga terhadap keputusan orang tua untuk menginap di hotel. Pada penelitian ini, nilai koefisien determinasi dilihat melalui nilai Nalgekerke R Square. Berikut hasil dari uji koefisien determinasi pada penelitian ini.

Tabel 4.84 Hasil Uji Koefisien Determinasi

Model Summary			
Step	-2 Log likelihood	Cox & Snell R Square	Nagelkerke R Square
1	53.501 ^a	0,179	0,339
a. Estimation terminated at iteration number 6 because parameter estimates changed by less than .001.			

Berdasarkan data yang terlampir pada tabel di atas, dapat diketahui nilai *Nagelkerke R Square* sebesar 0,339, maka dapat disimpulkan bahwa variable fasilitas

ramah keluarga memiliki kontribusi terhadap keputusan orang tua untuk menginap di hotel sebesar 33,9% sedangkan 66,1% lainnya dipengaruhi oleh variable lain

3) Uji Pengaruh

Pada penelitian ini, uji pengaruh dilakukan untuk melihat kontribusi variabel fasilitas ramah keluarga terhadap Fasilitas keputusan orang tua untuk menginap di hotel. Nilai pengaruh dalam uji regresi logistik biner dapat dilihat melalui tabel *omnibus test of model coefficients*.

Tabel 4.85 Hasil *Omnibus Test*

Omnibus Tests of Model Coefficients				
		<i>Chi-Square</i>	df	Sig.
Step 1	Step	19,104	1	0,000
	Block	19,104	1	0,000
	Model	19,104	1	0,000

Berdasarkan tabel di atas, dapat diketahui bahwa nilai *Chi-Square* 19,104 dengan *Chi-Square* tabel yang berada pada angka 3,841, maka $19,104 > 3,841$. Hal ini menunjukkan H_0 diterima. Diketahui nilai sig. $0,000 < 0,05$. Maka dapat disimpulkan bahwa secara simultan, variabel fasilitas ramah keluarga berpengaruh terhadap variable Keputusan orang tua untuk menginap di hotel.

4) Uji Persamaan Regresi

Pada uji regresi logistik biner yang telah dilakukan dalam penelitian ini, hasil dari persamaan regresi dapat ditinjau melalui tabel *variabel in the equation*. Berikut adalah hasil dari uji persamaan regresi.

Tabel 4.86 Hasil *Variabel in The Equation*

Variables in the Equation							95% C.I. for EXP(B)	
		B	S.E.	Wald	df	Sig.	Exp(B)	Lower Upper
Step 1 ^a	X	0,001	0,000	13,087	1	0,000	1,001	1,001 1,002
	Constant	-7,202	2,495	8,331	1	0,004	0,001	

a. Variable(s) entered on step 1: Fasilitas.

Berdasarkan Tabel di atas, dapat diketahui nilai sig. $0,004 < 0,05$. Hal ini menunjukkan bahwa fasilitas ramah keluarga berpengaruh secara parsial terhadap keputusan orang tua untuk menginap di hotel. Diketahui nilai Exp (B) dari variabel

X adalah 1,001. Hal ini menunjukkan bahwa, jika sebuah hotel memiliki fasilitas ramah keluarga yang lengkap dan memadai akan meningkatkan sebesar 1,001. Kemudian, dapat diketahui persamaan regresi dalam penelitian ini adalah $\ln\left(\frac{p}{1-p}\right) = -7,202 + 0,001X$. Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa fasilitas ramah keluarga berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan orang tua untuk menginap di hotel. Semakin tinggi penilaian orang tua terhadap fasilitas ramah keluarga yang tersedia di hotel, maka semakin besar peluang orang tua untuk berada pada kategori keputusan menginap sedang-tinggi.

5) Tabel Klasifikasi

Tabel klasifikasi berguna untuk melihat klasifikasi data yang tersebar dalam penelitian ini. Pada uji regresi logistik biner, tabel klasifikasi data dapat dilihat pada tabel *classification Tabel*.

Tabel 4.87 Hasil Klasifikasi Data

			Classification Tabel ^a		
			Predicted Keputusan Y		Percentage Correct
Observed			Tidak Menginap	Menginap	
Step 1	Keputusan Y	Tidak Memutuskan Menginap	7	5	58,3
		Memutuskan Menginap	1	84	98,8
	Overall Percentage				93,8
a. The cut value is .500					

Berdasarkan Tabel di atas, dapat diketahui bahwa hasil *overall percentage* menunjukkan bahwa model mampu menggolongkan responden orang tua dalam status memutuskan menginap dan tidak memutuskan menginap dengan tepat sebesar 93,8%. Nilai tersebut didapat berdasarkan hasil prediksi yang sesuai dengan hasil observasi pada status keputusan orang tua yang menginap. Sedangkan model gagal dalam memprediksi Keputusan orang tua untuk menginap sebesar 6,2%.

4.4 Pembahasan Hasil Penelitian

Variabel pada penelitian ini adalah variabel keputusan menginap (Y), merupakan tahapan akhir yang dilakukan konsumen dalam menentukan pilihan hotel setelah melalui beberapa proses. Pada variabel ini, peneliti menggunakan dimensi yang di kemukaan oleh Kotler & Armstrong, (2006) yang merupakan proses keputusan pembelian yang terdiri dari lima tahapan, yaitu *need recognition*, *information search*, *evaluation of alternatives*, *purchase decision*, dan *post purchase behaviour*. Kelima dimensi ini digunakan untuk mengetahui bagaimana proses pengambilan keputusan orang tua dalam memilih hotel di wilayah DKI Jakarta. Berdasarkan hasil analisis deskriptif, diketahui setiap dimensi keputusan menginap memperoleh tanggapan yang cenderung positif dari responden. Dimensi *Need Recognition* menunjukkan bahwa sebanyak 57,73% responden berada pada kategori sedang sedangkan 29,90% berada pada kategori tinggi. Hal ini membuktikan bahwa sebagian besar orang tua telah memiliki kesadaran yang cukup baik mengenai pentingnya memilih hotel yang sesuai dengan kebutuhan keluarga sebelum melakukan kegiatan menginap. Kesadaran tersebut menjadi langkah awal dalam proses pengambilan keputusan karena orang tua mulai mengenali kebutuhan akan hotel yang aman, nyaman, serta memiliki fasilitas yang mendukung aktivitas keluarga.

Pada dimensi *Information search*, mayoritas responden berada pada kategori sedang, yaitu sebanyak 62,89% sedangkan 22,68% berada pada kategori tinggi dan hanya 14,43% berada pada kategori rendah. Hasil tersebut menunjukkan bahwa sebagian besar orang tua melakukan pencarian informasi cukup aktif sebelum memutuskan menginap. Informasi yang dicari meliputi fasilitas hotel, harga, akses menuju hotel, layanan yang tersedia, hingga berbagai manfaat yang akan diperoleh selama menginap. Maka dari itu keputusan menginap tidak dilakukan secara spontan, melainkan melalui proses pertimbangan yang matang agar hotel yang dipilih benar-benar sesuai dengan kebutuhan keluarga. *Evaluation of alternative* juga menunjukkan bahwa sebagian besar responden berada pada kategori sedang, yaitu sebesar 63,92%, sedangkan kategori tinggi sebesar 28,87%, dan kategori rendah hanya 7,22%. Hasil menunjukkan bahwa orang tua melakukan evaluasi terhadap berbagai alternatif hotel sebelum mengambil keputusan menginap. Proses evaluasi dilakukan dengan membandingkan harga, manfaat, promosi, serta fasilitas ramah keluarga yang

ditawarkan oleh masing-masing hotel sehingga dapat memilih hotel yang paling sesuai dengan kebutuhan keluarganya.

Purchase decision merupakan tahapan ketika konsumen menetapkan pilihan terhadap hotel yang akan digunakan. Berdasarkan hasil penelitian, mayoritas responden berada pada kategori sedang, yaitu sebesar 57,73% sedangkan 31,96% berada pada kategori sedang dan hanya sebanyak 10,31% pada kategori rendah. Temuan ini menunjukkan bahwa sebagian besar orang tua memiliki keyakinan yang kuat dalam menentukan hotel yang akan dipilih setelah melalui proses pengenalan kebutuhan, pencarian informasi, dan evaluasi terhadap berbagai alternatif hotel. Selanjutnya dimensi terakhir yaitu dimensi *post purchase behaviour*, mayoritas responden berada pada kategori sedang sebesar 59,79%, diikuti kategori tinggi sebesar 23,71%, dan kategori rendah sebesar 16,49%. Hal ini membuktikan bahwa setelah menginap, sebagian besar responden memiliki pengalaman yang positif terhadap hotel yang dipilih. Pengalaman tersebut mendorong munculnya niat untuk kembali menginap maupun merekomendasikan hotel kepada keluarga atau kerabat.

Variabel berikutnya adalah fasilitas ramah keluarga merupakan salah satu aspek penting dalam industri perhotelan yang berperan dalam memenuhi kebutuhan tamu yang menginap bersama keluarga, khususnya keluarga yang membawa anak. Penyediaan fasilitas tersebut tidak hanya bertujuan untuk meningkatkan kenyamanan selama menginap, tetapi juga menjadi strategi hotel dalam menciptakan nilai tambah dan meningkatkan daya saing di tengah meningkatnya tren perjalanan keluarga (*family tourism*) dan *staycation*. Menurut Buzlu et al., (2022), hotel ramah keluarga atau ramah anak merupakan hotel yang menyediakan fasilitas fisik, pelayanan, serta aktivitas yang mampu memenuhi kebutuhan anak dan orang tua sehingga menciptakan pengalaman menginap yang aman, nyaman, dan menyenangkan. Pendapat tersebut diperkuat oleh Mazan (2023) yang menjelaskan bahwa kelengkapan fasilitas khusus anak menjadi salah satu indikator yang memenuhi persepsi dan kepuasan tamu keluarga terhadap kualitas hotel.

Permasalahan yang melatarbelakangi penelitian ini sesuai dengan hasil studi pendahuluan peneliti, bahwa masih belum optimalnya penyediaan fasilitas ramah keluarga pada hotel di wilayah DKI Jakarta. Selain itu, pilihan hotel yang benar-benar berorientasi pada kebutuhan keluarga masih relatif terbatas sehingga orang tua memiliki pilihan yang lebih sedikit ketika mencari hotel yang sesuai dengan kebutuhan

anak. Hotel yang telah menyediakan fasilitas ramah keluarga secara lengkap umumnya menawarkan tarif kamar yang lebih tinggi dibandingkan hotel konvensional. Kondisi tersebut menyebabkan sebagian orang tua harus mempertimbangkan kembali keputusannya sebelum menginap di hotel, karena adanya keterbatasan anggaran. Sesuai dengan hasil penelitian dari Madrigal (2015) bahwa keluarga yang terdiri suami dan istri memiliki peran dalam menentukan keputusan liburan seperti peran suami berperan dalam menetapkan kapan berlibur dan berapa banyak uang yang akan dihabiskan selama perjalanan termasuk penginapan, sedangkan istri berperan sebagai pencari informasi terkait tempat untuk berlibur. Usia anak-anak merupakan faktor kunci yang seharusnya mengarah pada deferensiasi penawaran akomodasi (Sağır & Güdül, 2023).

Berdasarkan hasil analisis deskriptif, variabel fasilitas ramah keluarga menggunakan dimensi yang dikemukakan oleh Buzlu et al., (2022) dan Mazan, (2023) yang terdiri dari 3 dimensi di antaranya, *General Child-Friendly Service and Amenities*, *In-Room Amenities*, dan *Restaurant Amenities*. Pada dimensi *General Child-Friendly Service and Amenities*, mayoritas responden berada pada kategori sedang sebesar 78,35% kategori rendah sebesar 6,60% dan kategori tinggi 8,25%. Hasil tersebut menunjukkan bahwa sebagian besar responden menilai hotel yang pernah mereka gunakan sebagai tempat menginap telah menyediakan fasilitas umum yang mendukung aktivitas keluarga, seperti area bermain anak, jalur *stroller*, kolam renang sesuai usia, serta akses mobilisasi yang mudah. Akan tetapi, beberapa fasilitas seperti program aktivitas keluarga, *welcome gift*, maupun promosi khusus keluarga masih belum tersedia secara merata. Kondisi tersebut menunjukkan bahwa hotel di DKI Jakarta lebih banyak menyediakan fasilitas yang bersifat dasar. Temuan ini sejalan dengan Buzlu et al., (2022) yang menyatakan bahwa hotel ramah keluarga seharusnya tidak hanya menyediakan fasilitas fisik, tetapi juga aktivitas dan pelayanan yang dapat meninggalkan kualitas pengalaman keluarga selama menginap.

Pada dimensi *In-Room Amenities*, mayoritas responden juga berada pada kategori sedang sebesar 74,23%, kategori tinggi sebesar 11,34%, dan kategori rendah sebesar 14,43%. Hal ini menunjukkan bahwa fasilitas di dalam kamar hotel telah cukup memenuhi kebutuhan keluarga, seperti kamar mandi yang aman untuk anak, terdapat *water heater*, pelindung stopkontak, dan program TV ramah anak. Namun

demikian, responden masih menilai bahwa beberapa fasilitas pendukung seperti perlengkapan makan anak belum tersedia secara merata.

Pada dimensi *Restaurant Amenities*, mayoritas responden juga berada pada kategori sedang sebesar 75,26%, kategori tinggi sebesar 11,34%, dan kategori rendah sebesar 13,40%. Hasil tersebut menunjukkan bahwa restoran hotel telah menyediakan beberapa fasilitas yang mendukung kebutuhan keluarga, seperti menu khusus anak, kursi bayi, ruang laktasi, serta area makan yang nyaman bagi keluarga. Beberapa fasilitas seperti meja ganti popok dan perlengkapan makan khusus anak masih belum tersedia secara optimal. Temuan ini menunjukkan bahwa pelayanan restoran masih dapat ditingkatkan agar mampu memberikan kenyamanan yang lebih baik bagi tamu keluarga.

Berdasarkan ketiga dimensi tersebut dapat disimpulkan bahwa penyediaan fasilitas ramah keluarga di hotel wilayah DKI Jakarta telah berjalan dengan cukup baik, namun belum seluruh hotel menyediakan fasilitas secara lengkap dan konsisten. Temuan ini menjawab permasalahan kedua bahwa pilihan hotel yang benar-benar memiliki fasilitas ramah keluarga masih relatif terbatas. Akibatnya orang tua cenderung memilih hotel-hotel tertentu yang telah dikenal menyediakan fasilitas yang sesuai dengan kebutuhan keluarga. Hasil penelitian juga menunjukkan bahwa keberadaan fasilitas ramah keluarga dipandang sebagai nilai tambah yang mampu meningkatkan kenyamanan selama menginap, sehingga menjadi salah satu pertimbangan penting dalam proses pemilihan hotel. Temuan ini sejalan dengan penelitian Sağır & Güdül, (2023). Koçoğlu et al., (2022) di dalam penelitiannya menjelaskan bahwa urutan yang paling penting menurut keluarga dari adalah dari staf yang berkualitas, properti fisik hotel, keamanan, aktivitas anak-anak, dan lokasi hotel namun dibatasi dengan usia anak dari umur 5-11 tahun.

Berdasarkan hasil analisis tabulasi silang dan uji *chi-square* terhadap 15 indikator karakteristik responden seperti demografis dan oprasional dengan variabel keputusan orang tua untuk menginap dan variabel fasilitas ramah keluarga pada 97 responden. Secara keseluruhan, persebaran data pada kedua variabel utama menunjukkan pemusatan yang sangat kuat pada kategori sedang, yaitu sebesar 68% untuk keputusan menginap dan 83,5% untuk persepsi fasilitas ramah keluarga. Hasil uji *chi-square* pada seluruh indikator demografis, maupun karakteristik oprasional secara konsisten menghasilkan $\text{sig} > 0,05$, yang artinya tidak terdapat hubungan yang

signifikan secara statistik antara latar belakang demografis maupun karakteristik kunjungan orang tua dengan keputusan menginap maupun penilaian mereka terhadap fasilitas ramah keluarga di hotel wilayah DKI Jakarta. Kelompok usia produktif 26 tahun-35 tahun mendominasi segmen pasar wisata keluarga Uca et al. (2017) dan Tseng et al. (2023) menjelaskan bahwa bagi segmen ini, keputusan akomodasi didasarkan pada pertimbangan fungsional objektif seperti kenyamanan, keamanan anak, dan lokasi, sehingga usia orang tua tidak menjadi faktor pembeda utama.

Peran pendidikan orang tua responden yang mayoritas lulusan S1/D4 tidak terdapat hubungan secara langsung dengan pilihan hotel. Sebagaimana di ungkapkan oleh Lee et al. (2023) dan Madrigal (2015), bahwa tingkat pendidikan lebih memengaruhi pola komunikasi dan sejauh mana orang tua melibatkan anak dalam diskusi liburan, bukan hanya menentukan pilihan akomodasi secara langsung. Data demografis pendapatan keluarga dan pekerjaan orang tua tidak enunjukkan hubungan yang signifikan. Hal ini sejalan dengan temuan dari Buzlu et al. (2022) bahwa saat liburan keluarga, prioritas orang tua adalah ketersediaan nilai tambah, dan fasilitas khusus anak. Orang tua dari berbagai Tingkat pendapatan memiliki ekspektasi dasar yang sama terkait standar kelayakan fasilitas anak. Penilaian fasilitas ramah keluarga yang berdominan pada kategori sedang sebesar 83,5% memperkuat pandangan Indriana (2022) bahwa evaluasi terhadap sarana fisik (kolam renang, *play ground*, dan keamanan), dilakukan secara objektif berdasarkan konsisi nyata fasilitas di lapangan, tanpa dipengaruhi oleh variasi waktu menginap maupun domisili hotel.

Hasil penelitian menunjukkan bahwa fasilitas ramah keluarga memiliki hubungan yang positif dan signifikan dengan keputusan orang tua untuk menginap di hotel wilayah DKI Jakarta. Berdasarkan hasil uji korelasi *rank spearman* diperoleh koefisien korelasi sebesar 0,523 dengan nilai signifikansi 0,000. Nilai koefisien tersebut menunjukkan bahwa hubungan antara kategori cukup kuat. Semakin lengkap fasilitas ramah keluarga yang disediakan oleh hotel, maka semakin tinggi kecenderungan orang tua untuk memutuskan menginap di hotel tersebut. Hubungan diperkuat melalui analisis regresi logistik biner. Hasil uji *hosmer-lemeshow* menunjukkan nilai signifikansi sebesar 0,294 sehingga model regresi yang digunakan dinyatakan layak (fit) untuk menjelaskan hubungan antara fasilitas ramah keluarga dengan keputusan orang tua untuk menginap. Selain itu, hasil *omnibus test of model coefficients* menunjukkan nilai signifikansi 0,000, yang diartikan bahwa fasilitas

ramah keluarga berpengaruh secara signifikan terhadap keputusan orang tua untuk menginap di hotel wilayah DKI Jakarta.

Nilai *nagelkerke R square* sebesar 0,339 menunjukkan bahwa fasilitas ramah keluarga mampu menjelaskan 33,9 variasi keputusan orang tua untuk menginap di hotel. Sementara itu 66,1,% sisanya dipengaruhi oleh faktor lain yang tidak diteliti seperti harga kamar, promosi, pelayanan, citra hotel dan lainnya. Temuan ini menunjukkan bahwa fasilitas ramah keluarga merupakan salah satu faktor penting dalam proses pengambilan keputusan orang tua. Berdasarkan hasil analisis regresi logistik biner diperoleh persamaan $\ln\left(\frac{p}{1-p}\right) = -7,202 + 0,001X$. Koefisien regresi bernilai positif menunjukan bahwa peningkatan penilaian terhadap fasilitas ramah keluarga akan meningkatkan peluang orang tua berada pada kategori memutuskan untuk menginap. Nilai $\text{Exp}(B)$ sebesar 1,001 menandakan bahwa setiap kenaikan satu point nilai indeks fasilitas ramah keluarga akan meningkatkan peluang orang tua untuk memutuskan menginap sebesar 1,001 kali.

Hasil klasifikasi model juga menunjukkan bahwa regresi logistik mampu mengelompokkan responden dengan tingkat ketepatan sebesar 93,8%, dengan ketepatan memutuskan menginap 98,8%, sedangkan untuk tidak memutuskan menginap sebesar 58,3%. Tingginya tingkat ketepatan klasifikasi model secara keseluruhan memiliki kemampuan yang baik dalam memprediksi keputusan orang tua berdasarkan penilaian terhadap fasilitas ramah keluarga. Hasil penelitian ini juga didukung oleh temuan tabulasi silang yang menunjukkan bahwa hotel berbintang empat dan lima lebih banyak memperoleh penilaian tinggi terhadap fasilitas ramah keluarga dibandingkan hotel berbintang tiga. Selain itu, keputusan orang tua untuk menginap juga lebih banyak ditemukan pada hotel berbintang empat dan lima. Hasil uji *Chi-Square* menunjukkan adanya hubungan yang signifikan antara standar Bintang hotel dengan fasilitas ramah keluarga maupun Keputusan orang tua untuk menginap. Hal ini menunjukan bahwa standar Bintang hotel berkaitan dengan kelengkapan fasilitas yang disediakan, sehingga dapat memengaruhi Keputusan orang tua dalam memilih hotel.

Hasil penelitian ini juga sejalan dengan teori Kotler & Armstrong (2006) yang menyatakan bahwa keputusan pembelian dipengaruhi oleh berbagai atribut produk yang mampu memberikan nilai bagi konsumen. Oleh karena itu, semakin lengkap dan

berkualitas fasilitas ramah keluarga yang disediakan hotel, semakin besar pula kemungkinan orang tua memilih hotel tersebut sebagai tempat menginap. Penelitian ini juga mendukung teori dari Buzlu et al., (2022) bahwa penyediaan fasilitas dan layanan yang ramah terhadap keluarga mampu meningkatkan pengalaman menginap serta kepuasan tamu keluarga. Hotel yang menyediakan fasilitas khusus anak memperoleh penilaian tamu yang lebih baik dibandingkan hotel yang hanya menyediakan fasilitas standar (Mazan, 2023).

