

ABSTRAK

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui faktor-faktor yang mempengaruhi wisatawan menginap di Hotel Hyatt Regency Bali. Penelitian ini dilakukan dengan menyebarkan kuesioner kepada 105 orang responden. Dalam penelitian ini metode yang digunakan adalah *nonprobability sampling* yaitu *accidental sampling*, dalam metode ini responden diambil secara acak siapa saja yang secara kebetulan bertemu dengan peneliti, itulah yang dapat digunakan sebagai sampel, bila orang yang ditemui itu dirasa cocok sebagai sumber data. Setelah data terkumpul, selanjutnya data tersebut diuji menggunakan analisis faktor dengan taraf signifikan sebesar 0,5 atau 5%. Hasil dari pengujian ini menghasilkan 5 faktor yang mempengaruhi keputusan wisatawan menginap di Hotel Hyatt Regency Bali yakni, satu faktor utama yaitu faktor *Offering*, memiliki pengaruh signifikan yang paling dominan terhadap faktor yang mempengaruhi keputusan wisatawan menginap di Hotel Hyatt Regency Bali. Hal tersebut dibuktikan dengan nilai eigenvalues yang didapatkan sebesar 5,648 dan mampu menjelaskan faktor sebanyak 26,89%.

Kata Kunci: Wisatawan, Keputusan Pembelian, Analisis Faktor, *Offering*, Hotel

ABSTRACT

This research seeks to identify the factors that influence tourists' decisions to remain at the Hyatt Regency Bali Hotel. This study involved the distribution of questionnaires to 105 participants. In this investigation, nonprobability sampling, or accidental sampling, is employed. In this method, respondents are selected at random from those who meet the researcher, i.e., those who can be used as a sample if they are regarded suitable data sources. After collecting the data, it is evaluated using a significance level of 0.5 or 5% factor analysis. This test yields five factors that influence tourists' decisions to remain at the Hyatt Regency Bali Hotel; one of these factors, the Offering factor, has the most significant and dominant influence on the other four. This is demonstrated by the eigenvalues of 5,648, which can account for 26.89% of the factors.

Keywords: tourist, factor analysis, offering, hotel