

Analisis *Staycation* di Provinsi Banten

Budi Setiawan
Program Studi Pariwisata, Universitas Pradita, Tangerang

E-mail: budi.setiawan@pradita.ac.id

ABSTRAK

Provinsi Banten telah menetapkan objek wisata unggulan yang sangat dipengaruhi oleh daya dukungnya. Daya dukung pariwisata ditentukan oleh beberapa faktor, diantaranya adalah jumlah wisatawan, aktivitas wisatawan. Intensitas, pengaruh wisatawan, kualitas dan daya pulih secara alami serta tingkat pengelolaan. Sejalan berkembangnya waktu pasca Covid 19 *staycation* menjadi tren di kalangan masyarakat, namun pemerintah Kota/Kab dan Provinsi belum mengetahui secara pasti bahwa *staycation* tersebut murni wisatawan dari masyarakat sekitar atau sebenarnya adalah wisatawan dari berbagai daerah sehingga dibutuhkan satu analisa secara ilmiah. Tujuan dilakukan penelitian ini adalah untuk mengetahui rerata *staycation* di setiap Kota/Kabupaten se-Provinsi Banten dan rerata di Provinsi Banten sendiri disamping untuk mengetahui karakteristik, motivasi, dan persepsi wisatawan, juga akomodasi. Metodologi yang digunakan adalah metode survei melalui pendekatan deskriptif kuantitatif dengan penyebaran terhadap 120 wisatawan dan 59 akomodasi. Hasil dari penelitian ini adalah rerata *staycation* di Kota Tangerang Selatan 32,50%, Kota Tangerang 10%, Kab. Tangerang 17,50%, Kota Serang 33,77%, Kab. Serang 25,17%, Kota Cilegon 22,50%, Kab. Pandeglang 25%, dan Kab. Lebak 28,07%. Sedangkan rerata di Prov. Banten adalah 27,13%.

Kata kunci : *Staycation*, Akomodasi, Hotel Berbintang, Hotel Non Bintang, Homestay

ABSTRACT

Province of Banten has designated prominent tourist attractions that are significantly influenced by their carrying capacity. The carrying capacity of tourism is determined by several factors, including the number of tourists, tourist activities, intensity, tourist impact, natural recovery quality, and management level. As time progresses post-COVID-19, staycations have become a trend among the community. However, the City/Regency and Provincial governments have not yet determined whether these staycations are purely from the local community or from various regions, necessitating a scientific analysis. The purpose of this research is to determine the average staycation rate in each City/Regency within the Province of Banten and the average in the Province of Banten itself, in addition to understanding the characteristics, motivations, and perceptions of tourists, as well as accommodations. The methodology used is a survey method with a descriptive quantitative approach by distributing to 120 tourists and 59 accommodations. The results of this study show the average staycation rates in South Tangerang City at 32.50%, Tangerang City at 10%, Tangerang Regency at 17.50%, Serang City at 33.77%, Serang Regency at 25.17%, Cilegon City at 22.50%, Pandeglang Regency at 25%, and Lebak Regency at 28.07%. The average for the Province of Banten is 27.13%.

Keyword : *Staycation*, Accommodation, Star Hotel, Non-Star Hotel, Homestay

1. PENDAHULUAN

Sejak pandemi Covid-19 pada awal tahun 2020 di Indonesia, sektor pariwisata menjadi salah satu sektor yang terdampak parah di seluruh Indonesia, termasuk di Provinsi Banten sehingga mengalami penurunan yang sangat drastis dan banyak pelaku usaha industri ini yang akhirnya menutup usaha mereka. Hal ini juga berdampak pada penurunan tingkat hunian kamar Hotel. Situasi pandemi membuat para pelaku bisnis perhotelan membangun strategi baru untuk bertahan. Satu dari strategi yang dilakukan pihak hotel adalah strategi promosi paket liburan dengan menginap di hotel atau yang biasa disebut dengan *Staycation*.

Staycation merupakan gabungan kata "tinggal di rumah" dan "liburan", mengacu pada liburan yang berlangsung di lokasi yang relatif dekat dengan rumah (Fox 2009).

Staycation dapat terdiri dari tamasya di kota sendiri atau kota terdekat lingkungan (J. G. Molz, 2009). Studi lain menyebutkan bahwa kebanyakan dari mereka yang melakukan *Staycation* adalah anak-anak muda orang atau orang dewasa dengan gaya hidup milenial (James et al., 2017).

Minat melakukan *Staycation* juga meningkat karena orang tua merasa lebih aman. Selain itu, *Staycation* juga bisa meningkatkan kesejahteraan dan keharmonisan keluarga karena dapat membantu menghilangkan stress akibat kebosanan setelah masa karantina yang lama (Ilma, N.R et al. 2021). *Staycation* merupakan pilihan wisatawan yang masih belum berani untuk berbaur dengan wisatawan lain (Ayu, Desak, dkk, 2021).

Namun dalam kenyataannya, kita tidak mengetahui secara pasti, bahwa para masyarakat/wisatawan tersebut adalah ril dari daerah tersebut atau mungkin

sebaliknya berasal dari kota/kabupaten lainnya, oleh karena itu dibutuhkan satu Analisa untuk mengetahui jumlah

Staycation tersebut yang dapat bermanfaat bagi pemerintah daerah masing-masing dalam membuat rencana strategis termasuk strategi promosi didalamnya agar dapat menarik minat para wisatawan untuk berkunjung ke destinasi-destinasi tersebut di setiap kota/kabupaten yang ada di Provinsi Banten, disamping itu untuk mengetahui Segmentasi Pasar wisata unggulan Banten yang akan sangat bermanfaat bagi penunjang kegiatan perencanaan, pemetaan, pengembangan serta evaluasi di sektor kepariwisataan yang ada di Provinsi Banten. Disamping itu bertujuan juga untuk mengetahui karakteristik wisatawan dan segmentasi pasar wisata *Staycation*, motivasi wisatawan *Staycation*, persepsi wisatawan, dan *Staycation* pada tiap Kota/Kabupaten serta rata-ratanya di Provinsi Banten.

2. LANDASAN TEORI

Akomodasi

Akomodasi merupakan salah satu sarana pokok kepariwisataan dan memiliki peranan penting bagi wisatawan yang melakukan perjalanan serta memiliki pengaruh terhadap lama tinggal wisatawan di suatu daerah tujuan. Namun lambat laun istilah akomodasi berkembang luas menjadi suatu tempat dimana seseorang dapat tidur, beristirahat atau menginap sementara waktu selama dalam perjalanannya tapi juga mendapatkan makan minum dan terpenuhi kebutuhan yang lain (Damayanti, Solihin, & Suardani, 2021).

Staycation

Staycation adalah liburan yang dilakukan di negara sendiri, bukan di luar negeri, atau liburan yang dilakukan dirumah dan melibatkan perjalanan ke atraksi-atraksi lokal yang berada disekitar

area tempat tinggal, atau dengan kata lain, menjadi turis di kota sendiri. *Staycation* lebih menekankan pada wisatawan domestik yang memanfaatkan waktu berlibur dengan menginap di sarana akomodasi yang ada di negaranya sendiri. Namun, tren *Staycation* baru mengalami peningkatan minat di Indonesia, khususnya di kota-kota besar sejak awal 2018 dan sampai saat ini masih terus bertambah. Apalagi selama pandemi covid-19 dimana pembatasan dilakukan di berbagai wilayah, *Staycation* mampu menjadi solusi bagi wisatawan domestik yang ingin berlibur (Juniarta, 2021). Disamping itu dengan berkembangnya teknologi informasi seperti media sosial, youtube dan aplikasi lainnya sebagai sarana eksistensi diri, *Staycation* memiliki makna yang lebih luas, yaitu menikmati liburan dengan menghabiskan waktu dan menginap di hotel dalam negeri. Kegiatan tidak hanya untuk menginap saja, namun meliputi aktivitas yang bisa dilakukan di hotel tersebut misalnya menikmati fasilitas spa, bermain di taman bermain, menyantap sajian khas daerah maupun internasional (Andriany, 2021).

3. METODOLOGI

Penelitian ini menggunakan metode survei melalui pendekatan deskriptif kuantitatif. Penelitian dengan metode survei adalah metode penelitian yang digunakan untuk memecahkan suatu masalah sesuai dengan pertanyaan yang sudah diajukan atau dengan masalah yang sudah diamati (Duli, 2019). Penelitian deskriptif (*descriptive research*) ditujukan untuk mendeskripsikan suatu keadaan atau fenomena-fenomena apa adanya. Dalam studi ini para peneliti tidak melakukan manipulasi atau memberikan perlakuan-perlakuan tertentu terhadap objek penelitian, semua kegiatan atau peristiwa berjalan seperti apa adanya (Sudaryono, 2016). Menurut Sugiyono yang dimaksud dengan pendekatan

deskriptif kuantitatif yaitu suatu penelitian yang mempunyai tujuan untuk mendeskripsikan suatu fenomena, peristiwa, gejala dan kejadian yang terjadi secara faktual, sistematis, serta akurat. Fenomena dapat berupa bentuk aktivitas, hubungan karakteristik serta persamaan dan perbedaan antar fenomena (Sugiyono, 2016).

Responden dalam penelitian ini adalah 120 orang wisatawan dan 59 hotel berbintang, hotel non bintang dan *homestay* yang berada di 4 (empat) Kota dan 4 (empat) Kabupaten se-Provinsi Banten.

4. HASIL DAN PEMBAHASAN

Karakteristik Wisatawan *Staycation*

Karakteristik wisatawan *Staycation* diperoleh dari 120 wisatawan yang digunakan sebagai sampel. Karakteristik yang dinilai adalah berdasarkan demografi, geografi, pola perjalanan dan psikografi.

(a) Usia

Wisatawan yang melakukan *Staycation* di Provinsi Banten berbeda-beda, mulai dari usia tua hingga muda. Karakteristik wisatawan *Staycation* Provinsi Banten paling banyak berwisata *Staycation* di Provinsi Banten adalah usia 20 – 20 tahun sebesar 42.5 %, berikutnya usia lebih dari 40 tahun sebesar 31.7 %. Urutan ketiga adalah usia 31 – 40 tahun sebesar 19.1 %. Sedangkan yang paling sedikit adalah usia kurang dari 20 tahun sebesar 6.7 %.

(b) Domisili

Karakteristik wisatawan *Staycation* berdasarkan domisilinya diketahui bahwa jumlah persentase domisili terbesar adalah wisatawan yang berdomisili di Banten dengan presentase sebesar 61,7 %, sedangkan sisanya 38.3 % adalah wisatawan yang berdomisili di luar Provinsi Banten. Sesuai dengan teori dasar *Staycation*, bahwa *Staycation* merupakan melakukan aktivitas wisata

ditempat akomodasi yang tidak jauh dari tempat tinggal wisatawan tersebut.

(c) Lokasi *Staycation*

Wisatawan *Staycation* di Provinsi Banten memilih akomodasi yang sesuai dengan lokasi yang diinginkan, dan berdasarkan penyebaran kuesioner bahwa Kota Tangerang Selatan merupakan lokasi yang paling diminati wisatawan untuk melakukan *Staycation* dengan presentase sebesar 30 %, urutan kedua adalah Kota Tangerang sebesar 15 %, kemudian Kota Serang sebesar 11,7 %, urutan selanjutnya yaitu Kab Serang dan Kab Pandeglang yang memiliki presentase sama besar yaitu 10 %, dilanjutkan dengan Kab Lebak sebesar 8,3 %. Urutan terakhir lokasi yang menjadi tempat *Staycation* adalah Kab Tangerang sebesar 5,8 %.

(d) Lama Waktu Menginap

Karakteristik wisatawan berdasarkan lama waktu menginap di Provinsi Banten paling banyak adalah 2 malam dengan persentase 45,9%, selanjutnya lama waktu 1 malam sebesar 38,3%, dan urutan terakhir adalah >2 malam sebesar 15,8%.

(e) Anggaran *Staycation*

Karakteristik wisatawan berdasarkan anggaran *Staycation* bahwa wisatawan mengeluarkan anggaran untuk *Staycation* paling tinggi dengan persentase 48,3% adalah 1-3 juta, kemudian 40% < 1 juta. Urutan terakhir sebesar 11,7% adalah >3 juta.

(f) Akomodasi yang Dipilih

Akomodasi yang dipilih wisatawan untuk *Staycation* sebanyak 59,2% wisatawan memilih untuk *Staycation* di hotel berbintang. Sebanyak 24,2 % wisatawan memilih homestay sebagai tempat *Staycation*. Posisi terakhir adalah hotel non bintang sebesar 16,7 %.

Motivasi Wisatawan *Staycation*

Setiap kegiatan memiliki motivasi yang ingin dicapai, sama halnya dengan melakukan wisata setiap wisatawan memiliki motivasi atau tujuan. Wisatawan mengunjungi Provinsi Banten untuk

staycation memiliki motivasi tertentu. Motivasi utama wisatawan *Staycation* Provinsi Banten terbagi atas motivasi berdasarkan faktor pendorong dan faktor penarik.

(a) Motivasi berdasarkan Faktor Pendorong

Motivasi wisatawan melakukan *Staycation* berdasarkan faktor pendorong bahwa rata-rata jawaban penilaian tertinggi sebesar 4,68 (sangat setuju) adalah (1) motivasi ingin melepaskan diri sejenak dari kejenuhan kegiatan sehari-hari, selanjutnya berturut-turut adalah (2) ingin mendapatkan ketenangan, (3) ingin bersantai, (4) ingin meningkatkan Kesehatan, (5) ingin bermain dan bergembira, (6) menghabiskan waktu Bersama keluarga (7) mengunjungi daya tarik, (8) pengalaman baru, (9) merealisasikan keinginan lama, Sedangkan penilaian terendah 2,41 yang artinya wisatawan tidak setuju dengan motivasi (10) ingin meningkatkan gengsi (prestise).

(b) Motivasi berdasarkan Faktor Penarik

Motivasi wisatawan melakukan *Staycation* berdasarkan faktor penarik dapat yang secara keseluruhan wisatawan setuju dengan pernyataan motivasi *Staycation* berdasarkan faktor penarik. Rata-rata jawaban penilaian tertinggi sebesar 4,47 (setuju) adalah motivasi karena kualitas kebersihan dan keamanan hotel. Sedangkan penilaian terendah 4,32 yaitu motivasi *Staycation* karena adanya pemandangan menarik untuk berfoto.

Akomodasi di Provinsi Banten

(a) Jenis Akomodasi

Penyebaran kuesioner dilakukan di seluruh Provinsi Banten yang terdiri dari empat Kota dan 4 Kabupaten dengan jumlah 59 akomodasi terdiri dari hotel berbintang, hotel non bintang, dan *homestay*. Berikut adalah hasil survei jenis akomodasi di Provinsi Banten terlihat bahwa akomodasi dengan jenis hotel berbintang memiliki persentase

lebih tinggi yaitu sebesar 42,4%, selanjutnya adalah *homestay* sebesar 40,7% dan yang terendah adalah hotel non bintang sebesar 16,9%.

Dari persentase tersebut terlihat bahwa penyebaran data jenis akomodasi hotel berbintang paling tinggi berada pada Kab.Tangerang dan Kota Tangerang sebesar 100 %, sedangkan untuk hotel non bintang paling tinggi berada pada Kab.Lebak sebesar 41,67%, dan untuk *homestay* paling tinggi berada pada Kab.Pandeglang sebesar 75 %.

(b) Rata-rata tingkat hunian kamar (%)

Berikut merupakan gambaran rata-rata tingkat hunian kamar Provinsi Banten pada tahun 2022. bahwa pada tahun 2022 mengalami kenaikan tingkat hunian kamar pada hotel berbintang menjadi sebesar 67,18%, hotel non bintang sebesar 49,4% dan *homestay* sebesar 37,3%.

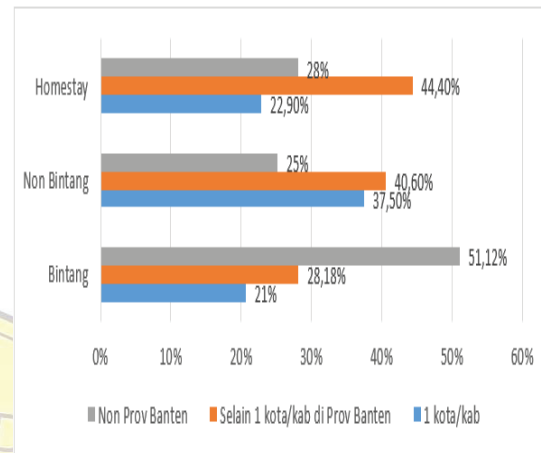
Berdasarkan persentase di atas terlihat bahwa tingkat hunian terbesar pada hotel berbintang terletak di Kota Tangerang Selatan yaitu sebesar 85%, sedangkan untuk hotel non bintang yang memiliki tingkat hunian terbesar terletak di Kab. Lebak yaitu sebesar 57% pada tahun 2022, untuk *homestay* yang memiliki tingkat hunian terbesar terletak di Kab. Serang yaitu 71%.

(c) Asal tamu yang menginap (%)

Tamu yang menginap di Provinsi Banten terdiri dari tamu yang berasal dari 1 kab/kota, selain 1 kab/kota di Provinsi Banten, dan tamu yang berasal bukan dari Provinsi Banten. Berikut adalah persentase asal tamu yang menginap yang terdapat pada Gambar 1.

Berdasarkan Gambar 1 terlihat bahwa tamu hotel berbintang didominasi oleh tamu non provinsi Banten atau yang berasal dari luar provinsi sebesar 51.12%. Untuk hotel non bintang didominasi oleh tamu yang berasal dari selain 1 kabupaten di provinsi Banten sebesar 40.60%. Begitu juga dengan tamu *homestay* yang memiliki persentase terbanyak 44.40%

berasal dari selain 1 kabupaten di provinsi Banten.



Gambar 1 Asal Tamu yang Menginap di Prov. Banten

Secara rinci data asal tamu yang menginap dapat dilihat pada Tabel 1 dibawah ini.

Tabel 1 Rincian Asal Tamu yang Menginap di Akomodasi di Kota/Kab.

Kota/Kab	Jenis Akomodasi	1 kota/kab (%)	Selain 1 kota/kab (%)	Non Prov Banten (%)
Kab Lebak	Bintang	37.5	30	32.5
	Non bintang	40	34	26
	Homestay	6.7	46.7	46.6
Kab Pandeglang	Bintang	10	37.5	52.5
	Non bintang	30	60	10
	Homestay	35	40	25
Kab Serang	Bintang	37.5	27.5	35
	Non bintang	20	30	50
	Homestay	17.5	48.75	33.75
Kab Tangerang	Bintang	17.5	30	52.5
	Non bintang	0	0	0
	Homestay	0	0	0
Kota Cilegon	Bintang	15	35.5	49.5
	Non bintang	30	50	20
	Homestay	0	0	0
Kota Serang	Bintang	3	30	67
	Non bintang	50	30	20
	Homestay	48.3	36.7	15
Kota Tangerang	Bintang	10	10	80
	Non bintang	0	0	0
	Homestay	0	0	0
Kota Tangerang Selatan	Bintang	35	25	40
	Non bintang	0	0	0
	Homestay	30	50	20

Analisa Staycation

(a) Staycation di Kota/Kabupaten

Berdasarkan hasil analisa yang dilakukan dengan pengelola hotel, jenis akomodasi hotel bintang paling tinggi berada pada Kabupaten Tangerang dan

Kota Tangerang, sedangkan untuk hotel non bintang paling tinggi berada pada Kabupaten Lebak, serta untuk *homestay* paling tinggi berada pada Kabupaten Pandeglang.

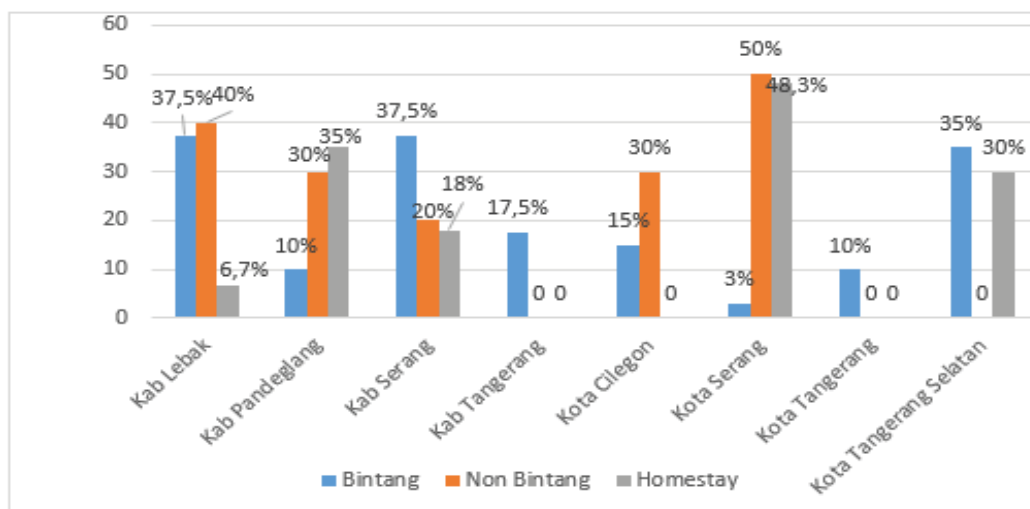
Apabila dilihat berdasarkan wilayah, Kota Tangerang dan Tangerang Selatan memiliki tingkat hunian kamar hotel berbintang yang relatif lebih tinggi dibanding Kota/Kabupaten yang lain. Hal ini disebabkan posisi kota tersebut yang cukup strategis, berbatasan langsung dengan Ibu Kota Jakarta, sehingga mampu menarik tamu untuk datang. Untuk hotel non bintang dan homestay tingkat hunian tertinggi adalah kabupaten Serang.

Dilihat dari asal tamu yang menginap pada akomodasi, sesuai dengan konsep *Staycation* yaitu menginap dan berlibur dalam satu kota, sehingga dapat

Sehingga rerata persentase *staycation* di setiap Kota/Kabupaten di Provinsi Banten adalah (1) Kota Serang 33,77%; (2) Kota Tangerang Selatan 32,50%; (3) Kab. Lebak 28,07%; (4) Kab. Serang 25,17%; (5) Kab. Pandeglang 25,00%; (6) Kota Cilegon (22,50%); (7) Kab. Tangerang 17,50%; dan (8) Kota Tangerang 10,00%

(b) *Staycation* di Provinsi Banten

Berdasarkan hasil analisa yang dilakukan dengan pengelola hotel, jenis akomodasi hotel paling tinggi di Provinsi Banten adalah hotel berbintang, kemudian homestay dan selanjutnya adalah hotel non bintang. Jenis kamar yang paling dominan dimiliki akomodasi di Provinsi Banten adalah kamar jenis standar.



Gambar 2 Wisatawan *Staycation* pada 1 Kota/Kab dengan Akomodasi

dilihat dari persentase tamu *Staycation* pada 1 kota/kabupaten dengan akomodasi. Data tersebut dapat dilihat pada Gambar 2

Dari hasil analisa pada gambar di atas, Tamu *Staycation* pada 1 kota/kabupaten yang sama dengan akomodasi yang tertinggi ada pada hotel non bintang dan *homestay* adalah Kota Serang. Hal ini disebabkan Kota Serang merupakan Ibu Kota Provinsi Banten yang merupakan pusat bisnis.

Sedangkan jumlah kamar yang paling banyak adalah pada hotel berbintang. Hasil analisa tingkat hunian hotel berbintang memiliki tingkat hunian kamar paling tinggi dan mengalami kenaikan pada tahun 2022. Rata-rata lama tamu menginap di Provinsi Banten adalah 2 hari.

Berdasarkan hasil analisa asal tamu *Staycation*, tamu hotel berbintang didominasi oleh tamu non Provinsi Banten atau yang berasal dari luar

provinsi. Untuk hotel non bintang didominasi oleh tamu yang berasal dari selain 1 kabupaten di provinsi Banten. Begitu juga dengan tamu *homestay* didominasi oleh tamu yang berasal dari selain 1 kabupaten di Provinsi Banten. Kota asal tamu yang paling banyak melakukan *Staycation* ke Provinsi Banten adalah asal Jakarta, sedangkan tamu lainnya berasal dari berbagai daerah di Indonesia.

Hasil akhir yang didapat untuk rerata *staycation* di Provinsi Banten adalah 27,13%

Temuan Permasalahan Wisatawan

Berdasarkan hasil survei dan wawancara dengan wisatawan di Provinsi Banten, ditemukan beberapa permasalahan terkait akomodasi dan destinasi wisata, sebagai berikut:

- (a) Beberapa akomodasi di Provinsi Banten tidak memiliki paket wisata yang bekerjasama dengan travel atau komunitas wisata.
- (b) Kurangnya ketersediaan dan informasi tentang atraksi budaya khususnya.
- (c) Tidak adanya *event calender* di Dinas Pariwisata terkait atraksi wisata yang diselenggarakan di Provinsi Banten.
- (d) Untuk keamanan wisatawan di hotel dan destinasi, jarang memiliki *life guard* di pantai.
- (e) Kebersihan area wisata masih kurang, terutama area parkir yang terlihat kotor di sekitar pantai.
- (f) Masih ditemukan toilet yang kotor di destinasi wisata.
- (g) Kurangnya *Tourism Information Centre* (TIC) di destinasi wisata dan PIC nya kurang menguasai produk wisata.

5. KESIMPULAN

Staycation menjadi semakin tren setelah Covid 19 karena semua orang merasa jemu di rumah masing-masing

sehingga mereka ingin melepaskan perasaan bosan dan ingin Kembali menghirup udara bebas tapi tetap dengan nyaman, maka pilihan yang tepat adalah *staycation*, tak terkecuali bagi masyarakat/wisatawan yang berada di setiap Kota/Kab se-Provinsi Banten, dan untuk menjadikan setiap daerah tersebut lebih mempersiapkan rencana strategis dan promosinya maka dibutuhkan data ilmiah dari *staycation* tersebut. Dan dari penelitian ini telah didapatkan rerata *staycation* setiap kota/kab dengan rerata di Provinsi Banten adalah 27,13%.

6. UCAPAN TERIMA KASIH

Terima kasih kepada Rektor, Wakil Rektor Bidang Akademik, dan Lembaga Penelitian dan Pengabdian Masyarakat (LPPM) Universitas Pradita yang telah memberikan dukungan penuh dalam pelaksanaan penelitian ini, dan juga kepada Dinas Pariwisata Provinsi Banten yang telah memberikan ruang dalam kegiatan penelitian ini.

DAFTAR PUSTAKA

- Andriany, V. (2021). Trend *Staycation* Sebagai Potensi Bisnis Alternatif Peningkatan Perekonomian di Masa Pandemi (2020). *Jurnal Damayanti*, I. A., Solihin, & Suardani, M. (2021). *Pengantar Hotel Dan Restoran*. Purbalingga: Cv.Eureka Media Aksara.
- Desak Ayu Putu Suciati, I Made Suadnya. (2021). Strategi Pemulihan Pariwisata Pasca Penanganan Pandemi Covid-19 Di Provinsi Bali. *Jurnal Maha Widya Duta* Volume 5, No. 1, April 2021.
- Duli, N. (2019). Metodologi Penelitian Kuantitatif: Beberapa Konsep Dasar Untuk Penulisan Skripsi & Analisa Data Dengan SPSS. (H. Rahmadhani, A. D. Nabila, & W. Imaniar, Eds.) (Pertama). Sleman: CV. Budi Utama

- Fox, S. (2009). Vacation or staycation ? Neumann University, 1- 7.
- Ilma, R. N., Muktiarni, M., & Mupita, J. (2021). Staycation and Leisure Time Analysis during The Covid-19 Pandemic. *Jurnal Abdimas Kartika Wijayakusuma*, 2(2), 97-103.
- James, A., Ravichandran, S., Chuang, N. K., & Bolden III, E. (2017). Using lifestyle analysis to develop lodging packages for staycation travelers: An exploratory study. *Journal of Quality Assurance in Hospitality & Tourism*, 18(4), 387-415.
- Jatmiko, H., & Sandy, S. R. (2020). Faktor – Faktor Yang Mempengaruhi Tingkat Hunian Kamar Pada Hotel Di Kota Jember. *Jurnal Pariwisata*, 33.
- Juniarta, P. P. (2021). Pengaruh promosi Staycation terhadap keputusan tamu menginap di alila hotel seminyak saat pandemi covid-19. *Jurnal Kepariwisata Dan Hospitalitas*, 139.
- Juniarta, P. (2021). Pengaruh promosi Staycation terhadap keputusan tamu menginap di alila hotel
- Molz, J. G. (2009). Representing pace in tourism mobilities: Staycations, slow travel and the amazing race. *Journal of Tourism and Cultural Change*, 7(4), 270–286. <https://doi.org/10.1080/14766820903464242>
- Palguna, I. A., Wijaya, & Dewi. (2022). Persepsi Dan Motivasi Wisatawan Staycation Berkunjung Ke Desa Batur Kintamani Di Masa Pandemi Covid-19. *Jurnal IPTA (Industri Perjalanan Wisata)*.
- Priana, R. Y., Sulistiyo, T. D., & Theresia. (2022). The Impact Of Sales Promotion And Consumer Trust On Staycation Interest In Jakarta Four-Star Hotel During Covid-19 Pandemic. *Journal Of Business Studies And Mangement Review*.
- Setiawan, B., & Hurdawaty, R. (2022). Optimization of Tourism Promotion through Tourism Object Location Map: A Case Study of Serang City, Banten Province, Indonesia.
- Sudaryono. (2016). *Metode Penelitian Pendidikan*. Jakarta: Kencana
- Sugiyono. (2016). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif dan R&D*. Bandung: PT Alfabet.