

## **Abstrak**

Pertumbuhan hotel di Daerah Istimewa Yogyakarta memberikan dampak ekonomi positif terhadap peningkatan pendapatan masyarakat dan pendapatan daerah, namun, di sisi lain tumbuhnya hotel di wilayah ini akan makin memperketat persaingan bisnis dan berdampak pada tingkat pendapatan hotel dari sisi tingkat hunian (okupansi) secara keseluruhan yang dapat menyebabkan persaingan tidak sehat untuk mencapai profitabilitas tingkat hunian maksimal dalam persaingan bisnis perhotelan. Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis pengaruh dari *booking online*, *corporate brand*, lokasi, kedekatan dengan *homestay/guest house*, klasifikasi bintang, dan inflasi terhadap okupansi hotel. Penelitian ini menggunakan pendekatan kuantitatif dengan objek penelitian yaitu hotel berbintang, hotel *budget*, dan gabungan dari hotel berbintang dan hotel *budget* yang beroperasi sejak tahun 2012 dan berjumlah 37 hotel di D. I. Yogyakarta. Hasil penelitian menemukan bahwa variabel yang konsisten memiliki pengaruh yang signifikan terhadap okupansi hotel yaitu variabel *booking online*, *corporate brand*, lokasi, klasifikasi bintang dan inflasi.

**Kata kunci:** okupansi hotel, *booking online*, hotel bintang, hotel *budget*, lokasi, *homestay*, *guest house*, inflasi

## **Abstract**

The growth of hotels in Special Region of Yogyakarta will provide positive economics impact and it will increase the income of the people as well as the regional revenue. However, on the other hand, the growth of hotels in Yogyakarta will further tighten business competition and have an impact on the level of hotel revenue and can lead to unfair competition. This study aims to analyze the influence of booking online, corporate brand, location, nearness to the homestay/guest house, star classification, inflation, on hotel occupancy. This study uses a quantitative approach with research objects, namely star hotels, budget hotels, and a combination of star hotels and budget hotels operating since 2012 and numbering 37 hotels in DIY. The results of the study found that the variables that consistently had a significant effect on hotel occupancy were online booking variables, corporate brand, location, star classification, and inflation

**Keyword:** Hotel Occupancy, booking online, star hotels, budget hotel, location, homestay, guest house, inflation