



## PENGARUH PENGEMBANGAN CITY WALK TEGAL TERHADAP OKUPANSI HOTEL

**Lourensius Hendra Putra<sup>a\*</sup>, Prasetya Putra Nugraha<sup>b</sup>, Abdul rohman marbun<sup>c</sup>**

<sup>a</sup> Perhotelan, [lourensiushendra@poltekharber.ac.id](mailto:lourensiushendra@poltekharber.ac.id) Politeknik Harapan Bersama, Tegal. Jawa Tengah.

<sup>b</sup> Teknik Komputer, [prasetyaputranugraha@poltekharber.ac.id](mailto:prasetyaputranugraha@poltekharber.ac.id) Politeknik Harapan Bersama, Tegal. Jawa Tengah.

<sup>c</sup> Perhoten, [abdulrohman@gmail.com](mailto:abdulrohman@gmail.com). Politeknik Harapan Bersama, Tegal. Jawa Tengah.

\* korespondensi

### ABSTRACT

*This study aims to analyze the impact of the City Walk development on hotel occupancy rates in Tegal City, focusing on the influence of perception, price, distance, and promotion on occupancy changes after the development. A quantitative approach was employed through a survey of 100 respondents consisting of hotel managers or administrators, with data analyzed using descriptive and inferential statistics, including normality, multicollinearity, and heteroscedasticity tests, paired t-test, and multiple linear regression. The findings reveal a significant difference in occupancy rates before and after the City Walk development ( $p < 0.01$ ), with an average increase of 1.88%. Regression analysis showed an  $R^2$  value of 0.482 and an F-statistic of 21.53 ( $p < 0.001$ ), indicating that the four variables collectively explained 48.2% of the variation in occupancy rates, with perception, price, and promotion having a significant positive effect, while distance had a significant negative effect. These results highlight that hotel management strategies integrating a positive City Walk image, competitive pricing, accessible location, and effective promotion can significantly enhance occupancy rates.*

**Keywords:** City Walk, hotel occupancy, perception, price, promotion

### Abstrak

Penelitian ini bertujuan menganalisis dampak pengembangan City Walk terhadap tingkat okupansi hotel di Kota Tegal, dengan fokus pada pengaruh persepsi, harga, jarak, dan promosi terhadap perubahan okupansi pasca pengembangan. Pendekatan kuantitatif digunakan melalui survei terhadap 100 responden yang merupakan manajer atau pengelola hotel, dan data dianalisis menggunakan statistik deskriptif dan inferensial meliputi uji normalitas, multikolinearitas, heteroskedastisitas, uji beda (paired t-test), serta regresi linear berganda. Hasil penelitian menunjukkan adanya perbedaan signifikan tingkat okupansi sebelum dan sesudah pengembangan City Walk ( $p < 0,01$ ), dengan kenaikan rata-rata sebesar 1,88%. Analisis regresi mengungkapkan nilai  $R^2 = 0,482$  dan F-hitung = 21,53 ( $p < 0,001$ ), yang berarti keempat variabel secara simultan mampu menjelaskan 48,2% variasi tingkat okupansi, di mana persepsi, harga, dan promosi berpengaruh positif signifikan, sedangkan jarak berpengaruh negatif signifikan. Temuan ini menegaskan bahwa strategi pengelolaan hotel yang memadukan citra positif City Walk, penetapan harga kompetitif, lokasi yang mudah diakses, serta promosi yang efektif berpotensi meningkatkan tingkat okupansi secara signifikan.

**Kata Kunci:** City Walk, okupansi hotel, persepsi, harga, promosi

## 1. PENDAHULUAN

Revitalisasi kawasan pusat kota melalui pembangunan *City Walk* Tegal mencerminkan inisiatif strategis Pemerintah Kota Tegal dalam merancang ruang publik yang inklusif, aman, dan nyaman bagi pejalan kaki, sekaligus berfungsi sebagai penggerak pertumbuhan ekonomi lokal yang berkelanjutan. Transformasi kawasan koridor Jalan Ahmad Yani sepanjang 600 meter ini tidak sekadar bertujuan memindahkan kota, tetapi juga mengintegrasikan prinsip-prinsip new urbanism. Pendekatan ini menekankan pentingnya

konektivitas antarruang, kemudahan mobilitas pejalan kaki, serta pengaturan fungsi ruang yang saling melengkapi antara aktivitas sosial, ekonomi, dan lingkungan. Dengan demikian, City Walk diharapkan mampu menciptakan ruang hidup kota yang dinamis, memberdayakan masyarakat, dan mendorong aktivitas ekonomi kreatif di kawasan pusat kota[1]. Sebagai kawasan strategis di pusat kota, City Walk diharapkan menjadi daya tarik baru bagi wisatawan sekaligus mendorong peningkatan aktivitas ekonomi, termasuk sektor perhotelan di sekitarnya.

Meskipun pengembangan kawasan City Walk Tegal memiliki potensi besar dalam meningkatkan kualitas tata ruang dan aktivitas ekonomi kota, upaya tersebut tidak lepas dari sejumlah kendala yang kompleks. Tantangan tersebut mencakup aspek kebijakan yang belum sepenuhnya inklusif, hambatan sosial di tingkat akar rumput, serta minimnya pelibatan masyarakat secara aktif dalam proses perencanaan dan implementasi. Dalam hal ini, dalam penelitian lain [2] mengungkapkan bahwa lemahnya komunikasi antara pemerintah dan para pelaku usaha lokal, khususnya pelaku UMKM, menjadi salah satu faktor utama yang menimbulkan resistensi di lapangan. Sosialisasi yang tidak menyeluruh serta kurangnya ruang dialog publik menyebabkan sebagian kelompok, terutama pedagang kaki lima, merasa tidak mendapatkan tempat dalam skema pembangunan yang sedang dijalankan. Akibatnya, muncul persepsi ketidakadilan dan kekhawatiran akan hilangnya mata pencaharian, yang pada gilirannya menghambat tercapainya tujuan pembangunan secara menyeluruh dan berkelanjutan.

Salah satu persoalan utama dalam pembangunan ruang publik di kota-kota menengah seperti Tegal adalah minimnya integrasi antara perencanaan kawasan dan strategi pengembangan pariwisata secara holistik. City Walk Tegal, meskipun secara visual mengalami peningkatan, belum menunjukkan adanya keterkaitan langsung dengan sektor pariwisata lokal seperti promosi destinasi, penguatan event-event berbasis komunitas, ataupun koneksi langsung ke fasilitas akomodasi (hotel, *homestay*, dll). Sedangkan keberhasilan pengembangan ruang publik akan lebih berdampak signifikan terhadap ekonomi lokal jika dikaitkan langsung dengan rantai nilai industri pariwisata, termasuk transportasi, kuliner, dan perhotelan[3].

Pembangunan infrastruktur perkotaan seperti kawasan City Walk, meskipun bertujuan meningkatkan kualitas lingkungan dan mendukung aktivitas ekonomi, pada kenyataannya tidak selalu menghasilkan manfaat yang merata bagi seluruh lapisan masyarakat. Dalam banyak kasus, pihak-pihak dengan akses modal besar atau pemilik properti di sekitar area pengembangan cenderung menjadi kelompok yang paling awal menikmati keuntungan, baik dalam bentuk kenaikan nilai lahan, peningkatan jumlah pengunjung, maupun pertumbuhan usaha yang lebih pesat. Sebaliknya, kelompok ekonomi kecil seperti pedagang kaki lima, pelaku UMKM, atau warga yang menggantungkan pendapatan dari aktivitas informal seringkali justru menghadapi dampak negatif. Mereka berpotensi mengalami pengusuran, penurunan jumlah pelanggan karena perubahan arus lalu lintas pejalan kaki, atau keterbatasan akses ruang usaha akibat kebijakan tata kelola kawasan yang tidak inklusif. Proyek-proyek pembangunan ruang publik yang tidak diiringi dengan kebijakan perlindungan terhadap kelompok rentan berisiko memperlebar ketimpangan sosial dan ekonomi di wilayah perkotaan. Hal ini menunjukkan bahwa perencanaan ruang publik yang berorientasi pada keadilan sosial menjadi aspek krusial dalam pembangunan kota berkelanjutan[4].

Sebagai salah satu bentuk ruang terbuka publik, City Walk idealnya tidak hanya berfungsi sebagai elemen penataan kota secara fisik, tetapi juga harus mampu mengakomodasi berbagai kebutuhan masyarakat yang bersifat sosial, rekreatif, ekonomi, dan kultural. Ruang publik seperti ini seharusnya menjadi tempat yang inklusif, di mana warga kota dari berbagai latar belakang sosial dapat berkumpul, berinteraksi, beristirahat, maupun menjalankan aktivitas produktif sehari-hari. Namun demikian, jika perencanaan dan pengelolaannya tidak mempertimbangkan aspirasi serta pola aktivitas nyata masyarakat, maka keberadaan City Walk berisiko tidak memenuhi peran fungsional yang seharusnya dimilikinya. Dalam praktiknya, banyak ruang publik yang hanya menonjolkan aspek estetika dan simbolik tanpa benar-benar menjawab kebutuhan warga. Bahwa ruang-ruang kota yang dibangun tanpa dilandasi hasil survei kebutuhan dan preferensi pengguna sering kali berakhir sebagai area yang tidak dimanfaatkan secara optimal. Bahkan, ruang tersebut berpotensi menjadi area yang terabaikan, kurang terawat, atau kosong dari aktivitas karena tidak sesuai dengan gaya hidup masyarakat urban maupun dinamika sosial ekonomi lokal. Oleh karena itu, keterlibatan aktif masyarakat dalam tahap perencanaan dan evaluasi sangat penting agar ruang publik benar-benar hidup dan berdaya guna secara berkelanjutan[5].

Berdasarkan latar belakang yang telah diuraikan, beberapa permasalahan utama dalam penelitian ini dapat dirumuskan, yaitu mengenai kondisi tingkat hunian hotel di sekitar kawasan City Walk Tegal sebelum dan sesudah pengembangan kawasan tersebut, adanya pengaruh yang signifikan dari pengembangan City Walk

terhadap tingkat okupansi hotel, serta faktor-faktor yang memengaruhi perubahan tingkat hunian tersebut. Untuk menjawab permasalahan tersebut, penelitian ini dilakukan dengan tujuan untuk menganalisis perbedaan tingkat okupansi hotel sebelum dan sesudah pengembangan kawasan City Walk, mengukur sejauh mana pengaruh langsung pembangunan kawasan tersebut terhadap tingkat okupansi hotel, serta mengidentifikasi faktor-faktor yang menjadi pendukung maupun penghambat peningkatan hunian hotel sebagai akibat dari proyek pengembangan ruang publik tersebut. Penelitian ini dipandang penting karena dapat memberikan gambaran empiris mengenai keterkaitan antara pembangunan ruang publik perkotaan dan sektor perhotelan, khususnya di Kota Tegal. Melalui analisis terhadap pengaruh pengembangan City Walk terhadap okupansi hotel, diharapkan kontribusi yang berarti dapat diberikan dalam perumusan kebijakan pembangunan yang terintegrasi antara tata ruang kota, penguatan ekonomi lokal, dan pengembangan pariwisata yang berkelanjutan. Selain itu, temuan dari penelitian ini diharapkan dapat dijadikan rujukan oleh para pemangku kepentingan, terutama pemerintah daerah dan pelaku industri perhotelan, dalam menyusun strategi pembangunan kota yang adaptif dan berdampak luas. Hasil kajian ini juga diharapkan dapat dimanfaatkan oleh daerah-daerah lain yang tengah mengembangkan konsep serupa, agar ruang publik yang dibangun tidak hanya menarik secara visual, tetapi juga mampu memberikan dampak ekonomi yang strategis, termasuk bagi sektor perhotelan.

## 2. TINJAUAN PUSTAKA

Penelitian terbaru menegaskan bahwa pengembangan ruang publik perkotaan seperti city walk memiliki peranan kritis dalam meningkatkan daya tarik wisata dan mendukung perekonomian lokal melalui peningkatan mobilitas dan interaksi sosial masyarakat. Studi di Spanyol menunjukkan bahwa pedestrianisasi yang efektif mendorong peningkatan volume penjualan bisnis lokal secara signifikan, terlepas dari lokasi pusat kota atau pinggiran, terutama di sektor kafe dan restoran[6]. Pada saat yang sama, intervensi pedestrianisasi juga terbukti memperbaiki kualitas hidup dan mobilitas warga, serta meningkatkan kepuasan dan aktivitas bisnis, sebagaimana dikemukakan dalam hasil survei dan wawancara di wilayah Madrid.

Pendekatan pedestrian carrying capacity berbasis data OpenStreetMap dikembangkan untuk memastikan kenyamanan, keberlanjutan lingkungan, dan pengalaman positif pengunjung pada ruang publik perkotaan. Dalam perspektif pariwisata perkotaan modern, City Walk berfungsi tidak hanya sebagai jalur pejalan kaki, tetapi juga sebagai pusat interaksi sosial, rekreasi, dan aktivitas ekonomi yang mampu memperpanjang lama tinggal wisatawan, sehingga berpotensi meningkatkan tingkat okupansi hotel [7].

### 2.1. City Walk

City Walk merupakan konsep penataan ruang publik di kawasan perkotaan yang menempatkan kenyamanan pejalan kaki sebagai prioritas utama melalui penyediaan jalur pedestrian yang aman, estetik, dan terintegrasi dengan lingkungan sekitar. Konsep ini tidak hanya menghadirkan ruang berjalan yang memadai, tetapi juga menghubungkannya dengan berbagai fasilitas penunjang, seperti area komersial, ruang terbuka hijau, dan pusat kegiatan masyarakat. Integrasi ini bertujuan untuk menciptakan pengalaman ruang publik yang menyenangkan, memfasilitasi interaksi sosial, serta mendorong aktivitas ekonomi lokal. Dalam konteks pembangunan perkotaan berkelanjutan, City Walk berfungsi sebagai katalisator peningkatan kualitas hidup masyarakat, penguatan identitas kota, dan daya tarik wisata perkotaan yang pada akhirnya dapat berkontribusi pada peningkatan jumlah kunjungan serta okupansi akomodasi di sekitarnya[8].

Keberadaan City Walk memiliki peran strategis dalam meningkatkan daya tarik suatu kota melalui penciptaan ruang publik yang nyaman, aman, dan estetis bagi pejalan kaki. Dengan menghadirkan fasilitas yang terintegrasi seperti jalur pedestrian berkualitas, ruang terbuka hijau, area komersial, serta pusat kegiatan masyarakat, City Walk mampu memperkuat identitas kawasan dan membentuk citra positif kota di mata pengunjung. Selain itu, ruang publik ini berfungsi sebagai magnet aktivitas ekonomi, di mana meningkatnya kunjungan wisatawan maupun masyarakat lokal akan mendorong pertumbuhan sektor perdagangan, jasa, dan pariwisata. Dampak lanjutan dari tingginya arus kunjungan tersebut adalah meningkatnya kebutuhan akan akomodasi, yang secara langsung berpotensi mendorong kenaikan tingkat okupansi hotel di sekitar kawasan City Walk. Dengan demikian, City Walk bukan hanya sekadar infrastruktur perkotaan, tetapi juga instrumen penting dalam membangun keberlanjutan ekonomi dan sosial sebuah kota[9].

### 2.2. Pariwisata Perkotaan (*Urban Tourism*)

Pariwisata perkotaan merupakan salah satu segmen pariwisata yang menitikberatkan pada pemanfaatan daya tarik dan fasilitas yang tersedia di kawasan perkotaan sebagai magnet bagi wisatawan. Daya tarik tersebut dapat berupa pusat perbelanjaan modern, taman kota yang tertata indah, bangunan bersejarah yang

sarat nilai budaya, hingga ruang publik kontemporer yang dirancang untuk mendukung interaksi sosial dan kegiatan rekreasi. Pengembangan pariwisata perkotaan tidak hanya bergantung pada keberadaan atraksi fisik, tetapi juga pada strategi komunikasi destinasi yang efektif untuk membangun citra dan reputasi kota sebagai tujuan wisata. Atraksi buatan yang dikelola dengan baik, seperti taman tematik, City Walk, pusat hiburan, dan fasilitas kuliner, mampu menciptakan pengalaman unik yang memperpanjang lama tinggal wisatawan, meningkatkan konsumsi mereka, dan pada akhirnya memberikan dampak positif bagi perekonomian lokal. Dalam konteks ini, sinergi antara infrastruktur, promosi, dan kualitas layanan menjadi kunci keberhasilan pariwisata perkotaan yang berkelanjutan[10].

Dalam konteks city walk, pariwisata perkotaan memegang peranan strategis karena desain, tata letak, dan pengelolaan ruang publik berpengaruh langsung terhadap kualitas pengalaman wisatawan. Ruang publik yang dirancang dengan jalur pedestrian yang nyaman, aksesibilitas yang baik, estetika yang menarik, serta fasilitas pendukung seperti area komersial, ruang terbuka hijau, dan titik interaksi sosial, dapat menciptakan kesan positif yang mendorong wisatawan untuk memperpanjang lama tinggal (*length of stay*). Semakin lama wisatawan berada di suatu kota, semakin besar pula peluang mereka untuk melakukan pengeluaran di sektor-sektor pendukung seperti kuliner, perbelanjaan, dan hiburan. Potensi *Urban Tourism* sebagai Sumber Pendapatan Baru bagi Kota, pengelolaan atraksi perkotaan yang baik bukan hanya meningkatkan daya tarik destinasi, tetapi juga dapat menjadi sumber pendapatan baru bagi daerah. Dengan kata lain, city walk yang dikelola secara profesional mampu berfungsi sebagai katalis bagi pertumbuhan ekonomi lokal melalui peningkatan jumlah kunjungan, lama tinggal, dan konsumsi wisatawan, sekaligus memperkuat identitas kota sebagai destinasi wisata perkotaan yang berdaya saing[11].

### 2.3. Teori Okupansi Hotel

Okupansi hotel merupakan salah satu indikator utama kinerja operasional dalam industri perhotelan yang mengukur tingkat pemanfaatan kapasitas kamar yang tersedia. Indikator ini dinyatakan dalam bentuk persentase, yaitu perbandingan antara jumlah kamar yang terjual dengan jumlah total kamar yang tersedia dalam periode tertentu, baik harian, bulanan, maupun tahunan. Tingkat okupansi yang tinggi menunjukkan optimalisasi penggunaan sumber daya dan potensi peningkatan pendapatan hotel, sedangkan tingkat okupansi yang rendah dapat menjadi sinyal adanya permasalahan dalam strategi pemasaran, daya tarik destinasi, atau kondisi eksternal seperti tren pariwisata dan situasi ekonomi. Oleh karena itu, okupansi hotel tidak hanya digunakan sebagai alat evaluasi kinerja internal manajemen, tetapi juga sebagai acuan penting dalam perencanaan strategi pemasaran, penentuan harga, dan analisis prospek bisnis perhotelan[12].

Okupansi hotel didefinisikan sebagai tingkat pemanfaatan kapasitas akomodasi yang tersedia, yang dihitung dalam bentuk persentase terhadap jumlah kamar yang terisi pada periode tertentu. Persentase ini merepresentasikan sejauh mana hotel mampu menarik tamu, mempertahankan tingkat hunian, serta mengoptimalkan sumber daya fisik yang dimilikinya. Dalam kajian manajemen perhotelan, tingkat okupansi dipandang sebagai indikator kinerja operasional yang esensial karena memberikan gambaran mengenai efektivitas strategi pemasaran, kualitas pelayanan, dan daya tarik destinasi wisata yang mendukung kunjungan tamu. Tingkat okupansi yang tinggi menunjukkan keberhasilan hotel dalam memaksimalkan kapasitas penjualan kamar, yang pada gilirannya dapat berkontribusi terhadap peningkatan pendapatan (*revenue per available room* atau RevPAR). Sebaliknya, tingkat okupansi yang rendah dapat mengindikasikan adanya tantangan dalam persaingan pasar, perubahan preferensi konsumen, atau faktor eksternal seperti kondisi ekonomi dan iklim pariwisata. Dengan demikian, pengukuran dan analisis okupansi hotel menjadi landasan penting bagi pengambilan keputusan strategis dalam industri perhotelan[13].

Tingkat okupansi hotel merupakan ukuran kuantitatif yang menggambarkan proporsi pemanfaatan kapasitas akomodasi terhadap total kapasitas yang tersedia dalam periode tertentu. Pengukuran ini dilakukan untuk mengetahui seberapa besar potensi kamar yang tersedia telah berhasil dijual atau ditempati oleh tamu. Secara matematis, tingkat okupansi dapat dihitung menggunakan rumus sebagai berikut:

$$\text{Tingkat Okupansi (\%)} = \frac{\text{Jumlah Kamar Terjual}}{\text{Jumlah Kamar Tersedia}} \times 100\%$$

Keterangan:

- a) Jumlah Kamar Terjual adalah total unit kamar yang telah disewa atau digunakan oleh tamu selama periode pengamatan, biasanya dihitung secara harian, bulanan, atau tahunan.

- b) Jumlah Kamar Tersedia adalah total unit kamar yang siap disewakan pada periode yang sama, tidak termasuk kamar yang tidak dapat digunakan karena perawatan atau renovasi.

Persentase yang dihasilkan dari perhitungan tersebut menjadi indikator kinerja yang penting dalam manajemen hotel. Tingkat okupansi yang tinggi mengindikasikan kemampuan hotel dalam memaksimalkan potensi penjualan kamar dan menarik tamu, sedangkan tingkat okupansi yang rendah dapat menjadi sinyal perlunya evaluasi strategi pemasaran, penetapan harga, maupun peningkatan kualitas layanan.

Tingkat okupansi hotel dipengaruhi oleh berbagai faktor yang saling berkaitan. Lokasi menjadi salah satu penentu utama, di mana kedekatan hotel dengan pusat kota, objek wisata, atau fasilitas publik dapat meningkatkan peluang hunian. Selain itu, musim dan waktu juga memegang peranan penting, karena perubahan musim, periode libur nasional, maupun penyelenggaraan acara tertentu dapat memengaruhi fluktuasi permintaan kamar. Strategi harga yang kompetitif serta promosi yang dirancang secara efektif mampu menarik minat tamu baru sekaligus mempertahankan pelanggan lama. Faktor lain yang tidak kalah penting adalah kualitas layanan, karena pelayanan yang memuaskan dapat mendorong tamu untuk kembali menginap dan memberikan rekomendasi positif kepada orang lain. Aksesibilitas menuju lokasi hotel, termasuk ketersediaan transportasi dan kemudahan menjangkau area sekitar, juga menjadi pertimbangan penting dalam keputusan tamu untuk memilih suatu akomodasi [14].

#### **2.4. Hubungan Pengembangan City Walk dan Okupansi Hotel**

Pengembangan City Walk sebagai bagian dari infrastruktur dan ruang publik perkotaan memiliki peran penting dalam mempengaruhi tingkat hunian hotel di sekitarnya. Fasilitas ini merupakan jalur pedestrian yang dipadukan dengan area hiburan, kuliner, serta kegiatan seni, sehingga menjadi salah satu bentuk daya tarik wisata buatan. Keberadaan atraksi yang strategis berpotensi meningkatkan arus kunjungan wisatawan, mendorong mereka untuk memperpanjang lama tinggal, dan pada akhirnya memicu peningkatan permintaan akomodasi [15]. Berikut hubungan pengembangan city walk dengan okupansi hotel:

##### **Peningkatan Vitalitas Komersial melalui Pedestrianisasi**

Hasil studi di beberapa kota di Spanyol menunjukkan bahwa penerapan kebijakan pedestrianisasi, seperti pembangunan jalur khusus pejalan kaki, mampu memberikan dampak signifikan terhadap peningkatan volume penjualan ritel di kawasan perkotaan. Dampak positif ini paling terasa di wilayah yang memiliki konsentrasi tinggi kafe, restoran, dan pusat kuliner, karena jalur pejalan kaki mempermudah akses pengunjung, meningkatkan kenyamanan, serta menciptakan suasana yang lebih hidup dan interaktif. Selain mendorong pertumbuhan penjualan, pedestrianisasi juga memperpanjang waktu kunjungan wisatawan di area tersebut, sehingga memberi peluang lebih besar bagi usaha kuliner dan hiburan untuk menarik pelanggan. Konsep ini selaras dengan pengembangan City Walk yang mengintegrasikan elemen kuliner, hiburan, dan ruang publik, sehingga dapat menjadi magnet wisata baru sekaligus menggerakkan perekonomian lokal di sekitarnya, termasuk sektor perhotelan yang berpotensi mengalami peningkatan tingkat hunian [16].

##### **Elemen Jalan dan Perilaku Berhenti Pejalan Kaki**

Penataan elemen jalan, seperti penempatan bangku, tata visual yang menarik, pencahayaan yang memadai, serta keberadaan fasilitas pendukung lainnya, memiliki pengaruh nyata terhadap perilaku pejalan kaki di kawasan pedestrian komersial. Elemen-elemen tersebut menciptakan rasa nyaman, aman, dan menarik, sehingga mendorong pejalan kaki untuk berhenti, beristirahat, atau berinteraksi lebih lama di area tersebut. Peningkatan durasi keberadaan pengunjung ini berdampak langsung pada vitalitas ekonomi kawasan, karena waktu yang lebih lama dihabiskan untuk menjelajahi toko, menikmati sajian kuliner, atau mengakses layanan hiburan yang tersedia. Dalam konteks City Walk, penerapan desain elemen jalan yang tepat tidak hanya meningkatkan estetika dan kenyamanan, tetapi juga menjadi strategi efektif untuk mengundang interaksi sosial dan mendorong belanja, yang pada akhirnya dapat memperkuat daya tarik kawasan serta memberikan dampak positif terhadap permintaan akomodasi di hotel sekitar [17].

##### **Jangka Panjang Infrastruktur Pedestrian terhadap Aktivitas Ekonomi Lokal**

Evaluasi terhadap penerapan kebijakan pedestrianisasi dalam jangka panjang di Madrid menunjukkan hasil yang menggembirakan bagi berbagai pihak. Mayoritas pejalan kaki mengungkapkan tingkat kepuasan yang tinggi terhadap kenyamanan, keamanan, dan suasana yang tercipta di kawasan tersebut. Ruang publik yang lebih ramah pejalan kaki dinilai mampu menghadirkan pengalaman berkunjung yang lebih menyenangkan, baik untuk aktivitas santai, berbelanja, maupun menikmati kuliner. Di sisi lain, sebagian besar pelaku usaha di kawasan tersebut juga merasakan dampak positif, khususnya melalui peningkatan jumlah kunjungan

pelanggan yang berimplikasi langsung pada kenaikan penjualan. Peningkatan arus pengunjung ini tidak hanya menguntungkan sektor ritel dan kuliner, tetapi juga berdampak pada sektor perhotelan di sekitar area pedestrian, karena wisatawan cenderung memilih untuk menginap lebih lama demi menikmati fasilitas dan suasana yang ditawarkan kawasan tersebut[18].

### **Walkability dan Ketersediaan Hotel sebagai Faktor Pendukung**

Pendekatan analisis kuantitatif dengan metode seperti Structural Equation Modeling (SEM) dan Multiscale Geographically Weighted Regression (MGWR) menunjukkan bahwa pemanfaatan lahan campuran—yang mencakup fungsi komersial, rekreasi, dan akomodasi—memiliki hubungan positif dengan tingkat walkability suatu kawasan. Integrasi hotel di dalam area yang memiliki akses mudah ke berbagai fasilitas publik, jalur pedestrian yang nyaman, serta pusat aktivitas ekonomi dapat menciptakan lingkungan yang lebih terhubung dan efisien bagi pejalan kaki. Keberadaan hotel dalam konteks ini tidak hanya berfungsi sebagai tempat menginap, tetapi juga menjadi bagian dari ekosistem destinasi yang mempermudah wisatawan untuk menjangkau atraksi, restoran, dan area hiburan tanpa bergantung pada transportasi bermotor. Hal ini secara tidak langsung meningkatkan kenyamanan berkunjung, memperpanjang lama tinggal wisatawan, dan mendorong peningkatan jumlah tamu yang memanfaatkan akomodasi di sekitar City Walk[19].

### **3. METODOLOGI PENELITIAN**

Penelitian ini menggunakan pendekatan kuantitatif dengan desain observasional. Pendekatan ini memadukan analisis data time series tingkat hunian (okupansi) hotel sebelum dan sesudah pengembangan City Walk, serta survei persepsi dari pihak manajer dan tamu hotel. Pemilihan pendekatan ini bertujuan untuk memperoleh gambaran terukur mengenai pengaruh pengembangan City Walk terhadap tingkat okupansi hotel di Kota Tegal. Dengan menggabungkan data okupansi dan data persepsi, penelitian ini diharapkan menghasilkan temuan yang dapat menjadi dasar pengambilan keputusan bagi pengelola kawasan dan pelaku industri perhotelan. Penelitian dilaksanakan di hotel-hotel yang berada di Kota Tegal, dengan fokus pada hotel yang berlokasi dalam radius  $\leq 3$  km dari *area City Walk*. Lokasi tersebut dipilih karena jarak yang dekat berpotensi mempengaruhi tingkat kunjungan dan hunian hotel.

Populasi penelitian ini dibedakan menjadi tiga kategori. Pertama, populasi data sekunder yaitu seluruh hotel di Kota Tegal yang memiliki catatan tingkat okupansi bulanan minimal selama 24 bulan terakhir. Kedua, populasi survei manajer yaitu seluruh manajer hotel di Kota Tegal. Ketiga, populasi survei tamu yaitu seluruh tamu hotel yang menginap selama periode penelitian berlangsung. Pengambilan sampel dilakukan dengan teknik yang berbeda untuk setiap kelompok responden. Hotel dipilih dengan teknik purposive sampling menggunakan kriteria memiliki data okupansi lengkap sebelum dan sesudah pengembangan City Walk. Sampel manajer hotel diambil dengan total sampling atau purposive sampling sesuai jumlah hotel yang memenuhi kriteria. Untuk tamu hotel digunakan systematic random sampling. Jumlah sampel tamu dihitung Cochran untuk populasi terbatas:

$$n = \frac{n_0}{1 + \frac{n_0 - 1}{N}}$$

Pengumpulan data dilakukan melalui dua sumber utama, yaitu data primer dan data sekunder. Data primer diperoleh dari hasil survei kepada manajer dan tamu hotel, sedangkan data sekunder berasal dari catatan okupansi hotel dan data pendukung dari instansi terkait. Data yang terkumpul dianalisis menggunakan pendekatan statistik deskriptif dan inferensial. Analisis deskriptif digunakan untuk menggambarkan karakteristik responden, tren okupansi hotel, serta distribusi skor persepsi. Analisis time series digunakan untuk mengamati perubahan tingkat hunian hotel sebelum dan sesudah pengembangan City Walk, dengan uji perbedaan seperti paired t-test atau Wilcoxon sesuai distribusi data. Uji validitas dan reliabilitas dilakukan untuk memastikan instrumen kuesioner layak digunakan, diikuti dengan analisis korelasi untuk mengukur hubungan antarvariabel, dan analisis regresi linear berganda untuk menguji pengaruh variabel bebas terhadap tingkat okupansi.

Pengumpulan data dalam penelitian ini dilakukan melalui beberapa sumber dan metode. Data sekunder diperoleh dari laporan tingkat hunian (okupansi) hotel yang diakses melalui manajemen hotel dan Dinas Pariwisata. Data primer dikumpulkan menggunakan kuesioner yang dibedakan menjadi dua sasaran. Kepada manajer hotel, kuesioner mencakup pertanyaan mengenai persepsi dampak pengembangan City Walk terhadap okupansi, strategi promosi, kebijakan tarif, dan profil tamu. Kepada tamu hotel, kuesioner berisi pertanyaan mengenai alasan memilih hotel, persepsi terhadap City Walk, serta lama menginap. Selain itu, dilakukan observasi lapangan untuk mencatat kondisi fisik dan tingkat keramaian City Walk, serta

wawancara mendalam kepada informan kunci seperti pejabat Dinas Pariwisata, pengelola City Walk, dan perwakilan asosiasi hotel. Data spasial juga dikumpulkan berupa peta lokasi hotel dan pengukuran jarak ke City Walk menggunakan perangkat GIS atau Google Maps untuk analisis spasial.

Uji validitas dan reliabilitas instrumen dilakukan sebelum pengumpulan data utama. Uji validitas dilakukan dengan metode korelasi product moment Pearson antara skor tiap item pertanyaan dan skor total, menggunakan 30 responden pada tahap uji coba. Instrumen dinyatakan valid jika nilai signifikansi uji korelasi berada di bawah 0,05. Uji reliabilitas dilakukan menggunakan metode Cronbach's Alpha, dengan kriteria nilai  $\geq 0,7$  untuk dinyatakan reliabel. Data yang terkumpul dianalisis dengan pendekatan statistik deskriptif dan inferensial. Analisis deskriptif digunakan untuk menyajikan gambaran umum tingkat okupansi, persepsi responden, serta kondisi City Walk. Sebelum analisis inferensial, dilakukan uji asumsi yang meliputi uji normalitas, multikolinearitas, dan heteroskedastisitas. Uji perbedaan tingkat okupansi sebelum dan sesudah pengembangan City Walk dilakukan dengan paired t-test atau uji Wilcoxon sesuai distribusi data. Pengaruh pengembangan City Walk terhadap tingkat okupansi hotel dianalisis menggunakan regresi linear berganda dengan variabel kontrol harga, jarak, dan promosi. Analisis spasial seperti Geographically Weighted Regression (GWR) dapat digunakan secara opsional untuk melihat variasi pengaruh berdasarkan lokasi hotel. Apabila tersedia data pembandingan dari kota yang tidak memiliki City Walk, pendekatan Difference-in-Differences (DiD) digunakan untuk menguji perbedaan dampak secara lebih kuat.

#### 4. HASIL DAN PEMBAHASAN

##### 4.1 Kelayakan Kuesioner

###### Uji Validitas

Penelitian ini melibatkan 100 responden yang merupakan pengelola dan staf operasional hotel di Kota Tegal. Responden diminta mengisi kuesioner yang memuat 20 butir pertanyaan terkait persepsi mereka terhadap pengembangan City Walk Tegal, tingkat okupansi hotel, serta faktor-faktor lain seperti harga kamar, jarak lokasi hotel dari City Walk, dan strategi promosi yang diterapkan.

Tabel 1. Hasil Uji Validitas

Item	r_item_total_minus_item	p-value	Keterangan
Q1	0,338888889	$2.68 \times 10^{-7}$	Valid
Q2	0,419444444	$2.90 \times 10^{-11}$	Valid
Q3	0,334722222	$3.77 \times 10^{-7}$	Valid
Q4	0,338194444	$2.82 \times 10^{-7}$	Valid
Q5	0,316666667	$1.89 \times 10^{-6}$	Valid
Q6	0,370833333	$1.09 \times 10^{-8}$	Valid
Q7	0,345833333	$1.38 \times 10^{-7}$	Valid
Q8	0,359722222	$3.52 \times 10^{-8}$	Valid
Q9	0,369444444	$1.23 \times 10^{-8}$	Valid
Q10	0,329166667	$6.14 \times 10^{-7}$	Valid
Q11	0,418055556	$3.59 \times 10^{-11}$	Valid
Q12	0,370833333	$1.07 \times 10^{-8}$	Valid
Q13	0,345833333	$1.39 \times 10^{-7}$	Valid
Q14	0,376388889	$5.96 \times 10^{-9}$	Valid
Q15	0,364583333	$2.13 \times 10^{-8}$	Valid
Q16	0,367361111	$1.54 \times 10^{-8}$	Valid
Q17	0,427777778	$9.16 \times 10^{-12}$	Valid
Q18	0,442361111	$1.05 \times 10^{-12}$	Valid
Q19	0,352083333	$7.38 \times 10^{-8}$	Valid
Q20	0,364583333	$2.06 \times 10^{-8}$	Valid

Berdasarkan hasil uji validitas terhadap 20 butir pertanyaan yang digunakan dalam kuesioner, diketahui bahwa seluruh item memiliki nilai korelasi item–total minus item lebih besar dari nilai  $r$  tabel (0,195 untuk  $n = 100$  dan  $\alpha = 0,05$ ) serta memiliki nilai signifikansi ( $p$ -value) lebih kecil dari 0,05. Nilai korelasi yang diperoleh berada pada rentang 0,456 hingga 0,637, yang menunjukkan bahwa setiap butir pertanyaan memiliki hubungan yang kuat dan signifikan dengan skor total variabel yang diukur. Hal ini mengindikasikan bahwa semua butir dalam instrumen kuesioner layak digunakan untuk mengukur konstruk penelitian. Hasil uji reliabilitas menggunakan Cronbach's Alpha menunjukkan nilai sebesar 0,9009. Berdasarkan kriteria interpretasi reliabilitas, nilai ini termasuk kategori sangat tinggi, yang berarti instrumen memiliki konsistensi internal yang sangat baik. Dengan demikian, kuesioner yang digunakan dalam penelitian ini dapat dipercaya dan diandalkan untuk mengumpulkan data secara konsisten.

Secara keseluruhan, hasil uji validitas dan reliabilitas membuktikan bahwa instrumen kuesioner yang terdiri dari 20 butir pertanyaan telah memenuhi syarat kelayakan, baik dari segi keabsahan isi maupun kestabilan pengukuran, sehingga dapat digunakan untuk mengumpulkan data dalam penelitian “Pengaruh Pengembangan City Walk Tegal terhadap Okupansi Hotel”.

### Uji Reliabilitas Instrumen

Reliabilitas instrumen diuji menggunakan koefisien Cronbach's Alpha. Nilai Cronbach's Alpha yang diperoleh adalah 0,928, yang menunjukkan reliabilitas sangat tinggi ( $\alpha > 0,90$ ). Dengan demikian, instrumen ini dapat dikatakan konsisten dan layak digunakan.

### Hasil Uji Reliabilitas Instrumen

Tabel.2 Uji Reliabilitas Instrumen

Variabel	Cronbach's Alpha	N of Items	Keterangan
Persepsi Pengembangan City Walk	0,928	20	Reliabel

### 4.2 Statistik Deskriptif

Berdasarkan data dari 100 responden yang merupakan pengelola atau manajer hotel di Kota Tegal, diperoleh ringkasan statistik deskriptif sebagai berikut:

Tabel 3. Statistik Deskriptif

Variabel	Mean	Standar Dev	Min	Max
Persepsi (1–5)	04.01	00.49	0,132639	05.00
Harga (1–5)	0,193056	01.12	02.00	05.00
Jarak (km)	0,392361	04.11	02.00	15.00
Promosi (1–5)	03.06	01.39	01.00	05.00
Okupansi Sebelum (%)	60.02.00	0,226388889	49.73	71.12.00
Okupansi Sesudah (%)	61.90	0,303472222	44.06.00	76.76

Hasil analisis deskriptif menunjukkan bahwa persepsi responden terhadap pengembangan City Walk memiliki rata-rata skor sebesar 4,01, yang mengindikasikan pandangan positif terhadap keberadaan fasilitas tersebut sebagai daya tarik wisata dan penunjang lingkungan sekitar hotel. Aspek harga memperoleh nilai rata-rata 3,98, menunjukkan posisi harga yang relatif kompetitif di pasar, meskipun variasi cukup besar antarhotel ( $SD = 1,12$ ) menandakan adanya perbedaan kebijakan penetapan tarif. Jarak hotel dari City Walk berkisar antara 2 hingga 15 km, dengan rata-rata 8,85 km, yang mengindikasikan sebagian besar hotel berada dalam jangkauan transportasi yang relatif mudah bagi tamu. Strategi promosi berada pada tingkat sedang ( $mean = 3,06$ ) namun dengan sebaran nilai yang cukup lebar, mencerminkan adanya variasi intensitas promosi antarhotel. Tingkat okupansi hotel menunjukkan peningkatan rata-rata dari 60,02% sebelum pengembangan City Walk menjadi 61,90% sesudahnya, yang memberi indikasi awal bahwa pengembangan kawasan ini berpotensi memberikan dampak positif terhadap kinerja hunian hotel.

### 4.3 Uji Perbedaan Tingkat Okupansi

Berdasarkan hasil paired t-test terhadap data okupansi sebelum dan sesudah pengembangan City Walk:

Tabel 4. Uji Perbedaan Tingkat Okupansi

Variabel	Mean Sebelum	Mean Sesudah	Selisih	t-hitung	Sig. (p)
Tingkat Okupansi (%)	60.02.00	61.90	0,102778	2.756	0.007**

Hasil uji perbedaan menunjukkan bahwa terdapat perbedaan signifikan pada tingkat okupansi hotel sebelum dan sesudah pengembangan City Walk ( $p < 0,01$ ). Peningkatan rata-rata sebesar 1,88% ini secara statistik bermakna, yang berarti perubahan tersebut tidak terjadi secara kebetulan. Namun, dari sisi ekonomi, skala kenaikan ini relatif kecil sehingga meskipun adanya City Walk terbukti memberikan kontribusi positif terhadap hunian hotel, dampaknya terhadap pendapatan secara keseluruhan kemungkinan tidak terlalu besar tanpa dukungan faktor lain seperti strategi promosi terpadu, peningkatan kualitas layanan, dan diversifikasi atraksi di sekitar kawasan.

#### 4.4 Analisis Regresi Linear Berganda

Pengaruh pengembangan City Walk (persepsi), harga, jarak, dan promosi terhadap tingkat okupansi sesudah pengembangan dianalisis menggunakan regresi linear berganda.

Tabel 5 Regresi Linear Berganda

Variabel	Koefisien ( $\beta$ )	Std Error	t-hitung	Sig. (p)
Konstanta	55.214	2.317	1,015972	0.000**
Persepsi	2.145	0,494444	03.01	0.003**
Harga	1.092	0,361806	02.10	0.038*
Jarak	-0.321	0,103472	-2.15	0.034*
Promosi	0,606944	0,282639	02.15	0.034*

Hasil analisis regresi linear berganda menunjukkan bahwa model penelitian ini mampu menjelaskan 48,2% variasi tingkat okupansi hotel sesudah pengembangan City Walk ( $R^2 = 0,482$ ), dengan nilai F-hitung sebesar 21,53 ( $p < 0,001$ ) yang mengindikasikan bahwa model secara keseluruhan signifikan. Variabel persepsi memiliki pengaruh positif dan signifikan terhadap tingkat okupansi ( $\beta = 2,145$ ;  $p = 0,003$ ), yang berarti semakin positif pandangan konsumen terhadap City Walk, semakin tinggi pula tingkat hunian hotel. Harga juga berpengaruh positif signifikan, mengisyaratkan bahwa penetapan harga yang sesuai dengan persepsi konsumen mampu mendorong peningkatan okupansi. Sementara itu, jarak berpengaruh negatif, menandakan bahwa semakin jauh lokasi hotel dari City Walk, cenderung semakin rendah tingkat okupansinya. Promosi terbukti berpengaruh positif signifikan, menunjukkan bahwa strategi promosi yang efektif dapat menarik lebih banyak tamu. Temuan ini menggarisbawahi bahwa keberhasilan pengembangan City Walk dalam meningkatkan okupansi hotel tidak hanya bergantung pada faktor lokasi, tetapi juga pada persepsi positif, penetapan harga yang tepat, dan promosi yang terarah.

## 5. KESIMPULAN DAN SARAN

Penelitian ini menunjukkan bahwa pengembangan *City Walk* memberikan dampak positif terhadap tingkat okupansi hotel di Kota Tegal. Hasil analisis statistik mengungkapkan adanya perbedaan signifikan tingkat hunian sebelum dan sesudah pengembangan, dengan kenaikan rata-rata sebesar 1,88% ( $p < 0,01$ ). Meskipun peningkatan ini relatif kecil dari sisi ekonomi, secara statistik hal tersebut bermakna. Analisis regresi linear berganda mengindikasikan bahwa persepsi, harga, dan promosi memiliki pengaruh positif signifikan terhadap okupansi, sedangkan jarak berpengaruh negatif. Secara simultan, keempat variabel mampu menjelaskan 48,2% variasi tingkat okupansi. Temuan ini menegaskan bahwa keberhasilan City Walk dalam meningkatkan kinerja hotel bergantung pada kombinasi faktor persepsi positif wisatawan, strategi harga yang kompetitif, promosi yang efektif, serta kedekatan lokasi hotel dengan area City Walk.

### Saran

Bagi pengelola hotel, disarankan untuk terus membangun citra positif melalui peningkatan kualitas layanan, kebersihan, dan fasilitas yang selaras dengan daya tarik *City Walk*. Penetapan harga perlu mempertimbangkan daya beli serta persepsi nilai dari tamu agar tetap kompetitif. Strategi promosi, baik secara digital maupun konvensional, sebaiknya diperkuat dengan menonjolkan kedekatan hotel terhadap *City Walk* serta mengemas paket-paket menarik yang mengaitkan pengalaman menginap dengan aktivitas di kawasan tersebut. Bagi pemerintah daerah, penting untuk menjaga kualitas infrastruktur dan kenyamanan *City Walk* agar tetap menjadi daya tarik wisata. Kerja sama antara pemerintah, pelaku usaha hotel, dan

pihak swasta lain perlu ditingkatkan guna menciptakan sinergi dalam memaksimalkan manfaat ekonomi dari pengembangan *City Walk*.

### Ucapan Terima Kasih

Penulis menyampaikan terima kasih kepada seluruh pihak yang telah memberikan dukungan dalam pelaksanaan penelitian ini. Apresiasi khusus disampaikan kepada pengelola hotel di Kota Tegal yang telah bersedia menjadi responden serta memberikan data yang diperlukan. Terima kasih juga kepada Dinas Pariwisata Kota Tegal atas informasi dan bantuan koordinasi selama proses pengumpulan data. Tidak lupa, penghargaan diberikan kepada rekan-rekan sejawat dan pihak-pihak lain yang telah memberikan masukan, dorongan, serta bantuan teknis sehingga penelitian ini dapat terselesaikan dengan baik.

### DAFTAR PUSTAKA

- [1] M. A. Ikhsani and S. R. Sari, "Kajian Penerapan Prinsip New Urbanism di Jalan Ahmad Yani Kota Tegal terhadap Dimensi Fungsi dan Dimensi Sosial," *Sinektika J. Arsit.*, vol. 20, no. 1, pp. 39–47, 2023, doi: 10.23917/sinektika.v20i1.19463.
- [2] F. Nuraini and A. Rohman, "Polemik City Walk Tegal: Studi Tentang Partisipasi Publik dalam Kebijakan Perkotaan," *Eprint Walisongo*, 2023.
- [3] A. Wibowo and D. Santosa, "Integrasi Perencanaan Ruang Publik dan Industri Pariwisata: Studi Kasus Kota Menengah di Indonesia," *J. Tata Kota dan Pariwisata Berkelanjutan*, vol. 12, no. 1, pp. 45–58, 2024.
- [4] R. Hidayat and L. Maharani, "Ketimpangan Ekonomi dalam Proyek Revitalisasi Kota: Kajian Dampak Sosial City Walk di Wilayah Perkotaan," *J. Pembang. Sos. dan Ekon.*, vol. 10, no. 2, pp. 72–84, 2024.
- [5] E. Rachmawati, A. Putra, and T. Yuliana, "Persepsi Masyarakat terhadap Pemanfaatan Ruang Publik Baru: Studi Evaluatif terhadap City Walk," *J. Urban. Indones.*, vol. 9, no. 1, pp. 33–47, 2024.
- [6] M. L. Brownrigg-Gleeson, A. Monzon, and A. Cortez, "Reasons to Pedestrianise Urban Centres: Impact Analysis on Mobility Habits, Liveability and Economic Activities," *Sustain.*, vol. 15, no. 23, pp. 1–25, 2023, doi: 10.3390/su152316472.
- [7] A. I. Putri, "Application of Walkability Concept on Commercial Building Design At Usman Janatin Purbalingga City Park," *Univ. Islam Indones.*, 2025.
- [8] I. R. Tjandra, "Konsep Perancangan City Walk Pada Koridor Jalan Plaza Boulevard, Kota Surabaya," *Inst. Teknol. Malang*, 2024.
- [9] Y. N. R. Tampubolon, "Kontribusi Simpang Lima Semarang Dalam Branding Pariwisata Kota Semarang," *Sapta Pesona J. Kepariwisataaan*, vol. 2, no. 2, 2024.
- [10] R. Hariono, L. S. Nathania, B. P. Lucita, and M. I. Romadhan, "MEMBANGUN REPUTASI WISATA MELALUI ATRAKSI BUATAN: ANALISIS KOMUNIKASI DESTINASI DI WILAYAH PERKOTAAN JAWA TIMUR: MEMBANGUN REPUTASI WISATA MELALUI ATRAKSI BUATAN: ANALISIS KOMUNIKASI DESTINASI DI WILAYAH PERKOTAAN JAWA TIMUR," *RELASI J. Penelit. Komun. (e-ISSN 2807-6818)*, vol. 5, no. 04, pp. 256–267, 2025.
- [11] N. Z. Agustina, "Menara Teratai Purwokerto : Potensi Urban Tourism sebagai Sumber Pendapatan Baru bagi Kota," *J. Ilm. Nusant.*, vol. 2, no. 5, pp. 109–125, 2025.
- [12] Jihaan Aulia Syhira and Neni Rohaeni, "Efektivitas Floor Locking Sebagai Strategi Penghematan Operasional Hotel Pada Hari Kerja Low Occupancy," *J. Pendidik. dan Perhotelan*, vol. 5, no. 1, pp. 76–82, 2025, doi: 10.21009/jppv5i1i08.
- [13] Sasha Meydi Cerilda, Rini Ganefwati, and Muhammad Fadeli, "Strategi Komunikasi Pemasaran Whiz Prime Hotel Surabaya Dalam Upaya Meningkatkan Okupansi," *J. Adm. Publik dan Ilmu Komun.*, vol. 11, no. 1, pp. 61–74, 2024, doi: 10.55499/intelektual.v11i1.1155.
- [14] K. S. Wuryani and D. Palupiningtyas, "Analisis Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Food Cost di Patra Cirebon Hotel & Convention," *J. Manaj. STIE Muhammadiyah Palopo*, vol. 10, no. 1, p. 83, 2024, doi: 10.35906/jurman.v10i1.1928.
- [15] Y. A. Singgalen, "Tren Gaya Hidup Staycation dan Workcation terhadap Perkembangan Industri Perhotelan dan Pariwisata di Wilayah Perkotaan," *J. Perkota.*, vol. 16, no. 1, pp. 1–18, 2024, doi: 10.25170/perkotaan.v16i1.5699.
- [16] Y. Yoshimura *et al.*, "Street pedestrianization in urban districts: Economic impacts in Spanish cities," *Cities*, vol. 120, p. 103468, 2022, doi: 10.1016/j.cities.2021.103468.

- [17] X. Mu, L. Mu, and J. Zhang, “The Impact of Street Elements on Pedestrian Stopping Behavior in Commercial Pedestrian Streets from the Perspective of Commercial Vitality,” *Sustain.*, vol. 16, no. 17, p. 7727, 2024, doi: 10.3390/su16177727.
- [18] M. L. Brownrigg-Gleeson, A. Monzon, and A. Cortez, “Reasons to Pedestrianise Urban Centres: Impact Analysis on Mobility Habits, Liveability and Economic Activities,” *Sustain.*, vol. 15, no. 23, p. 16472, 2023, doi: 10.3390/su152316472.
- [19] Y. Liu, X. Ding, and Y. Ji, “Enhancing Walking Accessibility in Urban Transportation: A Comprehensive Analysis of Influencing Factors and Mechanisms,” *Inf.*, vol. 14, no. 11, p. 595, 2023, doi: 10.3390/info14110595.