

## ABSTRAK

---

Industri perhotelan di Kota Bandung yang berkembang ditambah keberadaan Virtual Hotel Operator (VHO) mendorong pengembang untuk merancang strategi pemasaran yang efektif. Penelitian ini mengkaji karakteristik dan motivasi tamu VHO serta hubungannya dengan demografi. Metode kuantitatif diterapkan dengan sampel 150 tamu VHO menggunakan analisis deskriptif dengan tabulasi silang kemudian dilakukan pengujian menggunakan chi-square . Hasil penelitian mengindikasikan bahwa mayoritas pemilih VHO adalah perempuan berusia 17-21 tahun dengan pendidikan setara SMA, berstatus pelajar/mahasiswa, dan pendapatan bulanan di bawah Rp 2.500.000. Motivasi tamu dalam memilih VHO terkait ulasan positif sebagai Brand Choice, liburan sebagai Purchase Timing, kualitas kamar sebagai Fasilitas, dekatnya lokasi wisata sebagai indikator lokasi, dan harga terjangkau sebagai indikator harga. Tidak ditemukan hubungan antara jenis kelamin, usia, pendidikan, pendapatan dengan brand choice, purchasing timing, fasilitas, lokasi, dan harga. Namun, usia, pendidikan, pendapatan, dan pekerjaan memiliki hubungan dengan purchasing timing, sementara pekerjaan memengaruhi juga fasilitas, lokasi, dan harga. Hasil ini memberi wawasan berharga bagi perencana pemasaran dalam memahami preferensi dan perilaku konsumen VHO.

Kata Kunci : Virtual Hotel Operator, Hotel, Demografi, Motivasi, Reservasi