

SKRIPSI
PENGARUH ONLINE TRAVEL AGENT TRAVELOKA
TERHADAP PENJUALAN KAMAR DI
HOTEL ROYAL AMBARRUKMO



Oleh
DICKY DIMAS CANDRA
NO. MHS : 318101235

PROGRAM STUDI PENGELOLAAN PERHOTELAN
SEKOLAH TINGGI PARIWISATA AMPTA
YOGYAKARTA
2022

SKRIPSI
PENGARUH ONLINE TRAVEL AGENT TRAVELOKA
TERHADAP PENJUALAN KAMAR DI
HOTEL ROYAL AMBARRUKMO



Untuk Memenuhi Syarat Guna Memperoleh
Derajat Sarjana Terapan Pariwisata

Oleh
DICKY DIMAS CANDRA
NO. MHS : 318101235

PROGRAM STUDI PENGELOLAAN PERHOTELAN
SEKOLAH TINGGI PARIWISATA AMPTA
YOGYAKARTA

2022

HALAMAN PENGESAHAN
PENGARUH ONLINE TRAVEL AGENT TRAVELOKA
TERHADAP PENJUALAN KAMAR DI
HOTEL ROYAL AMBARRUKMO



Oleh
DICKY DIMAS CANDRA
NO. MHS : 318101235

Telah Disetujui Oleh:

Pembimbing I

Dr. Saryani, M. Si
NIDN. 0517066001

Pembimbing II

Angela Ariani, S.II, M.M
NIDN. 0530106001

Mengetahui
Ketua Program Studi

Hermawan Prasetyanto, S.Sos., S.ST, M.M
NIDN. 0516057102

BERITA ACARA UJIAN
PENGARUH ONLINE TRAVEL AGENT TRAVELOKA
TERHADAP PENJUALAN KAMAR DI
HOTEL ROYAL AMBARRUKMO

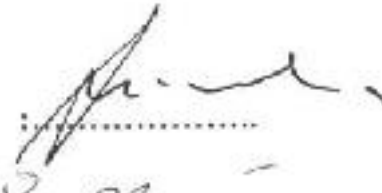
SKRIPSI

Oleh
DICKY DIMAS CANDRA
No. Mhs : 318101235

Telah Dipertahankan Di Depan Tim Penguji
Dan Dinyatakan **LULUS**
Pada Tanggal : 3 Juni 2022

TIM PENGUJI

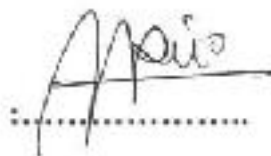
Penguji Utama : Fian Damasdino, SIP, M.Sc
(NIDN. 0525098901)


:.....

Penguji I : Dr. Saryani, M. Si
(NIDN. 0517066001)


:.....

Penguji II : Angela Ariani, S.H, M.M
(NIDN. 0530106001)


:.....

Mengetahui
Ketua Sekolah Tinggi Pariwisata AMPITA Yogyakarta


Drs. Prihatno, M.M
(NIDN. 05260925901)

PERNYATAAN KEASLIAN

Saya yang bertanda tangan dibawah ini.

Nama : Dicky Dimas Candra

No. Mahasiswa : 318101235

Menyatakan dengan sesungguhnya bahwa skripsi yang berjudul "PENGARUH ONLINE TRAVEL AGENT TRAVELOKA TERHADAP PENJUALAN KAMAR DI HOTEL ROYAL AMBARRUKMO" adalah benar hasil karya sendiri, kecuali kutipan yang telah saya kutip dan telah saya sebutkan sumbernya, belum pernah diajukan pada instansi manapun, dan bukan karya jiplakan. Saya bertanggung jawab atas keabsahan dan kebenaran sesuai dengan sikap ilmiah yang harus dijunjung tinggi.

Demikian pernyataan ini saya buat dengan sebenarnya, tanpa ada tekanan ataupun paksaan dari pihak manapun.

Yogyakarta, 3 Juni 2022



Dicky Dimas Candra

HALAMAN MOTTO

“ Sesungguhnya Bersama kesukaran itu ada kemudahan, karena itu bila kau telah selesai (mengerjakan yang lain) dan kepada Tuhan berharaplah.”

(Q.S Al Insyirah : 6-8)

“ Keyakinan, keberanian, dan semangat yang Tangguh sangat penting untuk bertahan dari masa sulit”

(Laslah Gifty Akita)

“Terkadang kita memang harus salah untuk mengetahui kebenaran, yang terpenting jangan melakukan kesalahan yang sama, karena masih banyak kesalahan-kesalahan lain yang perlu kau coba”

(Anonim)

HALAMAN PERSEMBAHAN

Dengan segala puji syukur kepada Tuhan Yang Maha Esa dan atas dukungan, bimbingan, serta doa dari orang-orang terkasih sehingga pada akhirnya skripsi ini dapat diselesaikan dengan baik. Oleh karena itu pada kesempatan ini penulis akan mempersembahkan skripsi ini kepada:

1. Orang tua saya, ayah dan ibu yang telah memberikan dukungan moril dan materil sehingga saya bisa berkuliah hingga selesai. Rasa cinta, hormat, dan terima kasih saya persembahkan karya kecil ini untuk ayah dan ibu.
2. Kakak saya Fefiansri Budi, Serli Maulidha dan Adik saya Giska Yayang Shafira yang telah memberikan doa dan dukungannya sehingga menambah semangat dalam menyelesaikan skripsi ini.
3. Seluruh rekan seperjuangan Pengelolaan Perhotelan C Angkatan 2018 atas kerjasama serta bantuan dalam bentuk apapun serta memberikan semangat dan dukungan untuk segera menyelesaikan skripsi ini.

KATA PENGANTAR

Puji dan syukur penulis panjatkan kehadiran Allah SWT yang telah memberikan Rahmat serta Karunia-Nya sehingga penulis dapat menyelesaikan skripsi dengan judul **“PENGARUH *ONLINE TRAVEL AGENT TRAVELOKA TERHADAP PENJUALAN KAMAR DI HOTEL ROYAL AMBARRUKMO*”** guna memenuhi persyaratan untuk memperoleh gelar Sarjana Terapan program studi Pengelolaan Perhotelan pada STP AMPTA Yogyakarta.

Penulis menyadari kelemahan serta keterbatasan yang ada sehingga dalam menyelesaikan skripsi ini memperoleh bantuan dari berbagai pihak, dalam kesempatan ini penulis menyampaikan ucapan terima kasih kepada :

1. Ibu Dr. Hj. Saryani, M. Si selaku pembimbing pertama yang telah sabar dalam membantu bimbingan serta memberikan pengarahan dalam penulisan skripsi ini.
2. Ibu Angela Ariani, SH, MM selaku pembimbing kedua yang telah membimbing serta memberikan pengarahan dalam penulisan skripsi ini.
3. Bapak Fian Damasdino, SIP, M.Sc selaku penguji utama yang telah memberikan masukan dan pengarahan guna menyempurnakan penulisan skripsi ini.
4. Bapak Drs. Prihatno M.M selaku ketua STP AMPTA Yogyakarta yang telah memberikan perizinan dalam penulisan skripsi.
5. Bapak Hermawan Prasetyanto, S.ST. MM selaku Ketua Program Studi Pengelolaan Perhotelan STP AMPTA Yogyakarta yang telah memberikan kelancaran pelayanan serta urusan akademik.

6. Seluruh Dosen Pengelolaan Hotel STP AMPTA Yogyakarta yang telah menyalurkan ilmunya kepada penulis.
7. Bapak Herman Courbois selaku General Manager Hotel Royal Ambarrukmo yang telah memberikan perizinan untuk melakukan penelitian.

Penulis menyadari bahwa skripsi ini masih banyak kekurangan baik isi maupun susunannya. Semoga skripsi ini dapat bermanfaat tidak hanya bagi penulis tetapi juga bermanfaat bagi pembaca.

Yogyakarta, Juni 2022

Penulis

DAFTAR ISI

HALAMAN JUDUL	i
HALAMAN PENGESAHAN.....	ii
BERITA ACARA UJIAN.....	iii
PERNYATAAN KEASLIAN.....	iv
MOTTO	v
HALAMAN PERSEMBAHAN	vi
KATA PENGANTAR.....	vii
DAFTAR TABEL	xii
DAFTAR GAMBAR.....	xiii
LAMPIRAN.....	xiv
ABSTRAK	xv
BAB I PENDAHULUAN.....	1
A. Latar Belakang Masalah.....	1
B. Rumusan Masalah	4
C. Batasan Masalah.....	4
D. Tujuan Penelitian	5
E. Manfaat Penelitian	5
1. Bagi Perusahaan	5
2. Bagi Peneliti	5
3. Bagi Lembaga STP AMPTA.....	5
BAB II LANDASAN TEORI	6
A. Landasan Teori.....	6
1. Hotel.....	6
2. Penjualan	10
3. <i>E-commerce</i>	12
4. <i>Online Travel Agent</i>	15
B. Kerangka Pemikiran.....	19
C. Penelitian Terdahulu	21
BAB III METODOLOGI PENELITIAN	26

A. Jenis Penelitian.....	26
B. Lokasi dan Waktu Penelitian	27
C. Populasi dan Sampel	27
1. Populasi	27
2. Sampel.....	28
D. Definisi Operasional.....	29
E. Metode Pengumpulan Data	33
1. Jenis Data	33
2. Metode Pengumpulan Data	34
F. Uji Kelayakan Instrumen	36
1. Uji Validitas	36
2. Uji Reliabilitas.....	37
G. Metode Analisis Data.....	38
1. Uji Normalitas	38
2. Uji Linieritas	38
3. Analisis Regresi Linier Sederhana	39
4. Uji Determinasi (R).....	40
BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN	41
A. Gambaran Umum Objek Penelitian	41
1. Sejarah Singkat Hotel Royal Ambarrukmo.....	41
2. Identitas Hotel Royal Ambarrukmo	42
3. Visi dan Misi Hotel Royal Ambarrukmo	43
4. Logo Hotel Royal Ambarrukmo	44
5. Struktur Organisasi Hotel Royal Ambarrukmo.....	45
6. Fasilitas Hotel Royal Ambarrukmo.....	50
B. Karakteristik Responden	56
1. Jenis Kelamin	56
2. Usia.....	57
C. Deskripsi Jawaban Responden.....	58
D. Hasil Uji Instrumen	72
1. Uji Validitas	72

2. Uji Reliabilitas.....	73
E. Hasil Analisis Data.....	75
1. Uji Normalitas	75
2. Uji Linieritas	76
3. Analisis Regresi Linier Sederhana	76
4. Uji Koefisien Determinasi (R ²)	78
F. Pembahasan.....	79
BAB V PENUTUP.....	84
A. Kesimpulan	84
B. Saran.....	85

DAFTAR PUSTAKA

LAMPIRAN

DAFTAR TABEL

Tabel 1.1 <i>Top Brand Index (TBI) Situs Reservasi Online 2021</i>	3
Tabel 3.1 Populasi Penelitian	28
Tabel 3.2 Matriks Operasional Variabel	29
Tabel 3.3 Model Skala Likert	35
Tabel 4.1 Identitas Hotel Royal Ambarrukmo	42
Tabel 4.2 <i>Room Configuration</i>	51
Tabel 4.3 <i>Ballroom Configuration</i>	52
Tabel 4.4 <i>Meeting Room Configuration</i>	52
Tabel 4.5 Jumlah Responden Berdasarkan Jenis Kelamin	57
Tabel 4.6 Jumlah Responden Berdasarkan Usia	57
Tabel 4.7 Distribusi Jawaban Responden Tentang Variabel X	58
Tabel 4.8 Distribusi Jawaban Responden Tentang Variabel Y	66
Tabel 4.9 Hasil Validitas Instrumen	73
Tabel 4.10 Hasil Uji Reliabilitas Variabel X	74
Tabel 4.11 Hasil Uji Reliabilitas Variabel Y	74
Tabel 4.12 Hasil Uji Normalitas Data	75
Tabel 4.13 Hasil Uji Linieritas	76
Tabel 4.14 Hasil Uji Regresi Sederhana	77
Tabel 4.15 Hasil Analisis Koefisien Determinasi	78
Tabel 4.16 Presentase Penjualan Kamar 2021	80

DAFTAR GAMBAR

Gambar 2.1 Kerangka Pemikiran	20
Gambar 3.1 Model Hubungan Variabel	26
Gambar 4.1 Logo Hotel Royal Ambarrukmo	44
Gambar 4.2 Struktur Organisasi Hotel Royal Ambarrukmo.....	45
Gambar 4.3 <i>Deluxe Room</i> Hotel Royal Ambarrukmo.....	50
Gambar 4.4 <i>Pemandangan Meeting Room</i>	51
Gambar 4.5 Punika Deli	52
Gambar 4.6 Kolam Renang Hotel Royal Ambarrukmo.....	54
Gambar 4.7 <i>The Lare Kids Club</i> Hotel Royal Ambarrukmo.....	54
Gambar 4.8 <i>Fitness Centre</i> Hotel Royal Ambarrukmo	55
Gambar 4.9 <i>Royal Garden</i> Hotel Royal Ambarrukmo	55
Gambar 4.10 <i>Shopping Archade</i> Hotel Royal Ambarrukmo	56

DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran 1	Kuesioner Penelitian
Lampiran 2	Hasil Pengumpulan Data
Lampiran 3	Hasil Karakteristik Responden
Lampiran 4	Hasil Distribusi Jawaban Responden
Lampiran 5	Hasil Uji Validitas
Lampiran 6	Hasil Uji Reliabilitas
Lampiran 7	Hasil Uji Normalitas Data
Lampiran 8	Hasil Uji Linieritas Data
Lampiran 9	Hasil Analisis Regresi Linier Sederhana
Lampiran 10	Hasil Uji Koefisien Determinasi (R^2)
Lampiran 11	Tabel Distribusi r
Lampiran 12	Surat Ijin Penelitian
Lampiran 13	Surat Balasan Ijin Penelitian
Lampiran 14	Lembar Bimbingan

ABSTRAK

Penelitian ini berjudul “Pengaruh *Online Travel Agent Traveloka* Terhadap Penjualan Kamar di Hotel Royal Ambarrukmo” dilatar belakangi oleh kemajuan teknologi yaitu munculnya *online travel agent* yang telah mengubah pola pemesanan kamar hotel dari tamu yang memesan kamar melalui biro perjalanan beralih memesan kamar melalui *Online Travel Agent Traveloka*. Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui seberapa besar pengaruh *Online Travel Agent Traveloka* terhadap penjualan kamar di Hotel Royal Ambarrukmo. Penelitian ini menggunakan metode deskriptif kuantitatif, dengan jumlah sampel sebanyak 40 responden yang merupakan karyawan bekerja di departemen *Sales & Marketing, Front Office, dan Accounting*. Teknik sampling yang digunakan yaitu teknik sampel jenuh dengan menjadikan keseluruhan populasi menjadi sampel penelitian. Metode pengumpulan data dalam bentuk penyebaran kuesioner kepada responden, dokumentasi, observasi, dan penelusuran melalui *internet*. Metode analisis data yang digunakan yaitu Analisis Regresi Linier Sederhana untuk mengetahui persamaan regresi dan Uji *R Square* (*R Square*) untuk mengetahui seberapa besar pengaruh variabel *Online Travel Agent Traveloka* (X) terhadap variabel penjualan kamar (Y). Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa persamaan regresi $Y = 17,110 + 0,615X$. Konstata sebesar 17,110 menyatakan bahwa jika tidak ada *Online Travel Agent Traveloka* maka nilai penjualan kamar sebesar 17,110. Koefisien regresi X sebesar 0,615 menyatakan bahwa setiap penambahan 1 nilai *Online Travel Agent Traveloka*, maka nilai penjualan kamar meningkat sebesar 0,615. Angka yang dihasilkan bernilai positif menunjukkan bahwa variabel X berpengaruh positif terhadap variabel Y. Kemudian berdasarkan hasil uji koefisien determinasi menunjukkan bahwa *Online Travel Agent Traveloka* memiliki pengaruh koefisien kontribusi regresi (*R Square*) sebesar 0,35 atau sebesar 35% dan sisanya 65% (100-35%) di pengaruhi oleh faktor lain yang tidak diteliti dalam penelitian ini. Kesimpulannya adalah *Online Travel Agent Traveloka* memiliki pengaruh terhadap penjualan kamar di Hotel Royal Ambarrukmo namun *Online Travel Agent Traveloka* tidak sepenuhnya menjadi pengaruh utama yang mempengaruhi penjualan.

Kata kunci : *Online Travel Agent, Traveloka, Penjualan Kamar, Hotel Royal Ambarrukmo Yogyakarta*

ABSTRACT

This research entitled "The Effect of Online Travel Agent Traveloka on Room Sales at Hotel Royal Ambarrukmo" is motivated by technological advances, namely the emergence of online travel agents that have changed the pattern of hotel room reservations from guests who book rooms through travel agencies, switch to booking rooms through Online Travel Agent Traveloka. This study aims to determine how much influence Traveloka Online Travel Agent has on room sales at Hotel Royal Ambarrukmo. This study uses a quantitative descriptive method, with a sample of 40 respondents who are employees working in the Sales & Marketing, Front Office, and Accounting departments. The sampling technique used is the saturated sample technique by making the entire population the research sample. Data collection methods in the form of distributing questionnaires to respondents, documentation, observation, and searching through the internet. The data analysis method used is Simple Linear Regression Analysis to find out the regression equation and the R Square (R Square) test to find out how much influence the Traveloka Online Travel Agent variable (X) has on the room sales variable (Y). The results of this study indicate that the regression equation $Y = 17.110 + 0.615X$. The constant of 17.110 states that if there is no Traveloka Online Travel Agent, the room sales value is 17.110. The X regression coefficient of 0.615 states that for every additional 1 value of Traveloka Online Travel Agent, the value of room sales increases by 0.615. The resulting number is positive indicating that the X variable has a positive effect on the Y variable. Then based on the results of the coefficient of determination test, it shows that the Traveloka Online Travel Agent has an influence of the regression contribution coefficient (R Square) of 0.35 or 35% and the remaining 65% (100 -35%) is influenced by other factors not examined in this study. The conclusion is that Online Travel Agent Traveloka has an influence on room sales at Hotel Royal Ambarrukmo, but Online Travel Agent Traveloka is not the main influence that affects sales.

Keywords: Online Travel Agent, Traveloka, Room Sales, Hotel Royal Ambarrukmo Yogyakarta

BAB I

PENDAHULUAN

A. Latar Belakang

Online travel agent merupakan salah satu bentuk nyata kemajuan jaman yang sedang *booming* saat ini. *Online travel agent* merupakan sebuah *startup* penyedia layanan yang secara khusus menjual jasa penyelenggara perjalanan wisata, termasuk pemesanan tiket transportasi, tiket wisata, dan pemesanan kamar hotel. Berbicara tentang *online travel agent* tentu sangat berkaitan erat dengan adanya kemajuan teknologi. Perkembangan teknologi telah merubah pola pikir serta cara pemesanan kamar tamu yang menginginkan kemudahan serta kenyamanan dalam memesan kamar.

Selain *online travel agent*, biro perjalanan wisata memiliki peran dalam penjualan kamar hotel. Biro perjalanan wisata merupakan perusahaan perjalanan yang kegiatannya melakukan: penjualan tiket sarana angkutan (darat, laut, udara), penjualan karcis hiburan, melakukan pemesanan kamar hotel, pertunjukan dan atraksi wisata. Seiring perkembangan jaman biro perjalanan wisata berkembang dengan melakukan penjualan produk secara *online* melalui media sosial dan *website* yang dapat di akses 24 jam.

Menurut pengamatan peneliti biro perjalanan memiliki beberapa kekurangan. Pertama, lingkup kerja yang terbatas dikarenakan tidak semua hotel bekerja sama dengan biro perjalanan wisata. Kedua, sebagian besar *website* biro perjalanan cenderung belum memiliki kolom *rating* dan ulasan dimana ini sangat penting bagi tamu untuk mengetahui ulasan-ulasan sebagai bahan pertimbangan pemilihan

kamar dan hotel. Ketiga, promosi produk yang cenderung kurang dibandingkan *online travel agent* yang melakukan promosi meluas seperti periklanan *Youtube* (*Youtube Ads*), periklanan *website* (*Website Ads*), dan periklanan TV.

Biro perjalanan wisata memang telah memainkan peran yang penting sebagai penghubung antara wisatawan dan hotel, namun kedatangan *online travel agent* secara tidak langsung telah mengubah pola pemesanan tamu yang dahulu menggunakan jasa biro perjalanan wisata beralih menggunakan *online travel agent*. Keberadaan *online travel agent* secara harga lebih bersaing dan mengancam perusahaan biro perjalanan wisata.

Penggunaan *online travel agent* dapat membantu hotel untuk memaksimalkan volume penjualan kamar. *Online travel agent* akan memberikan pengaruh yang berbeda setiap hotel. Pada hotel yang pendapatan utamanya berasal dari penjualan kamar seperti hotel melati dan hotel *budget* maka *online travel agent* akan berperan sangat penting sebagai senjata utama untuk menjual kamar. Berbeda dengan hotel bintang empat dan lima yang memiliki sumber pendapatan tidak hanya penjualan kamar melainkan penjualan di sektor lainya seperti *meeting room*, *ball room*, *restaurant*, *caffee*. Hotel berbintang empat dan lima juga cenderung memiliki kerja sama yang lebih luas dengan agen perjalanan, instansi pemerintah atau swasta, dan jawatan tertentu. Penggunaan *online travel agent* di hotel bintang empat dan lima dapat dijadikan sebagai alat untuk memperluas pangsa pasar dan mempopulerkan *brand* hotel.

Online travel agent yang ada di Indonesia antara lain *Traveloka*, *Booking.com*, *Agoda*, *Tiket.com*, *MG Holiday*, *Expedia*, *Pegi-peg*, *Mister Aladin*

dan masih banyak lagi. Salah satu *online travel agent* yang terkenal di Indonesia adalah *Online travel Agent Traveloka*. *Online Travel Agent Traveloka* merupakan perusahaan yang menyediakan layanan pemesanan tiket transportasi, wisata dan hotel secara daring dengan fokus perjalanan domestik di Indonesia. Sudah 10 tahun lebih *Traveloka* melayani para pelanggan mereka untuk melakukan pemesanan tiket secara *online* dan tentu masih eksis dan bahkan di tahun 2021 *Traveloka* masih menjadi *Top Brand*.

Tabel 1.1
Top Brand Index (TBI) Situs Reservasi Online di Indonesia 2021

Merek	TBI	TOP
<i>Traveloka.com</i>	32,9%	TOP
<i>Pegi-peg.com</i>	13,7%	TOP
<i>Misteraladin.com</i>	10,6%	TOP
<i>Tiket.com</i>	7,7%	
<i>Trivago.co.id</i>	6,6%	
OTA lainnya	28,5%	

Sumber: <https://www.topbrand-award.com/>, diakses 5 Januari 2022

Data yang disajikan diatas merupakan lima situs reservasi *online* terbaik di Indonesia pilihan para pelanggan. Berdasarkan tabel terdapat 28,5% indeks akumulasi situs reservasi *online* yang tidak masuk kedalam lima situs reservasi *online* terbaik di Indonesia. *Brand* yang tidak termasuk kedalam *top brand* tidak disajikan dikarenakan untuk menjaga nama baik *brand*. Berdasarkan data *top brand* semakin tinggi nilai persentasi TBI-nya maka *brand* akan semakin kuat didalam benak konsumen. *Traveloka* berada di peringkat pertama dengan jumlah presentasi 32,9% yang artinya *Traveloka* telah dipercaya oleh pelanggan dan telah memiliki

customer base yang luas. Dengan tingginya rating tersebut *Traveloka* memberikan dampak lebih dibandingkan dengan *online travel agent* lainnya.

Dari perspektif di atas, fenomena ini masih cukup dipertanyakan terkait seberapa besar peran *Online Travel Agent Traveloka* dalam meningkatkan penjualan kamar, sehingga peneliti akan mengangkat judul “***Pengaruh Online Travel Agent Traveloka Terhadap Penjualan Kamar di Hotel Royal Ambarrukmo.***”

B. Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang di atas, maka yang menjadi rumusan masalah dalam penelitian ini seberapa besar pengaruh *Online Travel Agent Traveloka* terhadap penjualan kamar di Hotel Royal Ambarrukmo.

C. Batasan Masalah

Pembatasan suatu masalah digunakan untuk menghindarinya adanya penyimpangan maupun pelebaran pokok masalah agar penelitian lebih terarah dan memudahkan dalam pembahasan sehingga tujuan penelitian akan tercapai. Beberapa batasan masalah dalam penelitian ini sebagai berikut:

1. *Online Travel Agent* yang akan dibahas merupakan *Online Travel Agent Traveloka*.
2. Luas lingkup hanya meliputi penjualan kamar Hotel Royal Ambarrukmo melalui *Online Travel Agent Traveloka*.

D. Tujuan Penelitian

Berdasarkan rumusan masalah di atas, maka tujuan penelitiannya untuk menganalisa seberapa besar pengaruh *Online Travel Agent Traveloka* terhadap penjualan kamar di Hotel Royal Ambarrukmo.

E. Manfaat Penelitian

Adapun manfaat dari penelitian ini adalah:

1. Bagi Perusahaan

Penelitian ini diharapkan dapat memberikan bahan gambaran dan masukan bagi perusahaan dalam meningkatkan daya saing dan memaksimalkan penjualan kamar dengan menggunakan *online travel agent*.

2. Bagi Peneliti

Penelitian ini bermanfaat dalam upaya meningkatkan pengetahuan, wawasan, dan kesadaran peneliti mengenai peran *online travel agent* dalam perusahaan.

3. Bagi Lembaga STP AMPTA

Penelitian ini diharapkan dapat memberikan manfaat sebagai bahan referensi bagi penelitian selanjutnya dengan pembahasan terhadap masalah yang sama.