

BAB V

KESIMPULAN DAN SARAN

A. Kesimpulan

Berdasarkan hasil analisis data dan pembahasan, simpulan yang dapat diambil dalam penelitian ini mengenai Pengaruh Online Travel Agent terhadap travel agent tradisional di kota Yogyakarta adalah sebagai berikut:

1. Online travel agent berpengaruh negatif dan signifikan terhadap Travel agent tradisional di kota Yogyakarta.
2. Online travel agent mampu menjelaskan variabel dependen yakni travel agent tradisional sebesar 41,2%, sedangkan sisanya sebesar 58,8% dijelaskan oleh variabel lain yang tidak diteliti dalam penelitian ini

B. Saran

Berdasarkan dari simpulan dan keterbatasan penelitian. Maka saran-saran yang akan diberikan peneliti adalah sebagai berikut:

1. Untuk penelitian selanjutnya disarankan untuk memperluas cakupan penelitian, karena dalam penelitian ini sampel atau responden yang digunakan terbatas hanya di Hotel Rich Yogyakarta saja.
2. Meningkatkan pengetahuan mengenai perilaku pelanggan travel agent dalam menggunakan travel agent online maupun tradisional.

3. Online Travel Agent diharapkan mampu mempertahankan dan meningkatkan *service* kepada pelanggan, karena pelanggan menaruh harapan yang tinggi bahwa mereka akan mendapatkan pengalaman liburan yang menyenangkan selama liburan menggunakan jasa tersebut.
4. Travel Agent Konvensional diharapkan memperbaiki dan meningkatkan pelayanan terhadap pelanggan, hal ini dikarenakan travel agent konvensional dinilai kurang baik oleh pelanggan. Dengan memperbaiki dan meningkatkan pelayanan diharapkan Travel Agent Konvensional mampu bersaing dengan baik dengan Online Travel Agent.

DAFTAR PUSTAKA

APJII & PUSKAKOM UI. (2015). *Profil Pengguna Internet Indonesia 2014 (Pertama ed.)*. Jakarta: Asosiasi Penyedia Jasa Internet Indonesia.

Arjana, I. G. (2015). *Geografi Pariwisata dan Ekonomi Kreatif*. Jakarta: Rajawali Pers.

Christodoulidou, N., Connolly, D. J., & Brewer, P. (2010). *An examination of the transactional relationship between online travel agencies, travel meta sites, and suppliers*. *International Journal of Contemporary Hospitality Management*, 22(7), 1048-1062.

Elhaj, M. R., & Barakeh, M. Z. (2015). *The Impact of E-commerce on Travel Agencies Profitability in Respect of Size: Evidence from the U.S.* *Advances in Economics and Business* 3(10), 436-446.

Ghozali, Imam. (2014). *Structural Equation Modeling, Metode Alternatif dengan Partial Least Square (PLS)*. Edisi 4. Semarang : Badan Penerbit Universitas Diponegoro

Laudon, Kenneth C. & Laudon Jane. (2013). *Management Information Systems: Managing the Digital Firm*. New Jersey: Pearson Prentice Hall

Peraturan Menteri Pariwisata dan Ekonomi Kreatif RI (Nomor 4 Tahun 2014) *.Tentang Standar Usaha Perjalanan Wisata*.

Silalahi, U. (2012). *Metode Penelitian Sosial*. Bandung: PT. Refika Aditama.

Sugiyono. (2014). *Metode Penelitian Bisnis*. Bandung: Penerbit Alfabeta.

Sunyoto, D. (2014). *Konsep Dasar Riset Pemasaran & Perilaku Konsumen*. Yogyakarta: CAPS (Center for Academic Publishing Service).

Sunyoto. (2013). *Metodologi Penelitian Akuntansi*. Bandung: PT Refika Aditama Anggota Ikapi

Sugiyono. (2012). *Metode Penelitian Kuantitatif Kualitatif dan R&D*. Bandung: Alfabeta.

Sumarni, Murti dan John Soeprihanto.(2010). *Pengantar Bisnis (Dasar-dasar Ekonomi Perusahaan)*. Edisi ke 5. Yogyakarta: Liberty Yogyakarta

Sugiyono. (2013). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif dan R&D*. Bandung: Alfabeta.CV

Vilarinho, T. A. (2014). *Pursuit of competitive advantage for Online Travel Agencies: Driving from price to value*. Portuguese.

LAMPIRAN 1



NAMA MAHASISWA :

NO. MAHASISWA :

JUDUL PENELITIAN :

NAMA PEMBIMBING I :

NAMA PEMBIMBING II :

NO.	TANGGAL	URAIAN BIMBINGAN	PARAF
1	12/3/18	Di rektas semua - capaian di kelas. - bahan masalah - persiapan + format - variabel x & y - di selesaikan.	
2		Revisi semua di atas - capaian di kelas - di selesaikan	
3		Revisi di atas - di selesaikan	
4		Revisi di atas - di selesaikan	
5		Revisi di atas - di selesaikan	

NO.	TANGGAL	URAIAN BIMBINGAN	PARAF
	5	Definisi Praktis	
	6	kesimpulan dari	
	7	kesimpulan	

LEMBAR BIMBINGAN



NAMA PEMBIMBING I : _____

NAMA PEMBIMBING II : _____

NAMA MAHASISWA : _____

NO. MAHASISWA : _____

JUDUL PENELITIAN : _____

_____ Han Rachmawati

NO.	TANGGAL	URAIAN BIMBINGAN	PARAF
1.		Rubrik judul	<input checked="" type="checkbox"/>
8.		Parabole, Teori Tuli dan teori by Peter Mas.	<input checked="" type="checkbox"/>
3	18/4/2011	berak: cerita di dan kspela Questionnaire	<input checked="" type="checkbox"/>
10	20/4/2011	Populasi & Sampel - Daftar pustaka	<input checked="" type="checkbox"/>
11		Daftar Rse	<input checked="" type="checkbox"/>

NO.	TANGGAL	URAIAN BIMBINGAN	PARAF
1	1	Referensi	<input checked="" type="checkbox"/>
		Hk 2010 → Ketepatan agar konsisten	<input checked="" type="checkbox"/>
2	2	Referensi. konsisten Ketepatan	<input checked="" type="checkbox"/>
3	3	Ara prosedur	<input checked="" type="checkbox"/>
4	4	Daftar pustaka Sumber - Daftar	<input checked="" type="checkbox"/>

LAMPIRAN 2

KUISIONER PENELITIAN

Petunjuk pengisian kuisisioner:

Pilihlah jawaban yang sesuai dengan pilihan anda dengan memberikan tanda centang (√) pada kolom jawaban yang tersedia berikut:

Jenis kelamin : perempuan/laki-laki (coret yang tidak perlu)

Usia : <20 tahun 21-25 tahun
 > 25 tahun

Pendidikan terakhir : SMA/ sederajat D1-D3
 D4/S1

Lama bekerja : < 2 tahun 2-5 tahun
 > 5 tahun

Keterangan:

1. Sangat setuju/sangat baik (SS//SB)
2. Setuju/baik (S/B)
3. Cukup/netral (C/N)
4. Tidak baik/tidak setuju (TB/TS)
5. Sangat tidak setuju/sangat tidak baik (STS/STB)

A. Online travel agent (X)

Variable indikator	No	Pertanyaan	SS/ SB	S/B	C/N	TB/ TS	STS/ STB
Kemudahan akses	1.	Pemanfaatan media digital akan mempermudah akses costumer dalam bertransaksi					
	2.	Mempercepat transaksi dan pemesanan dengan menggunakan media online					
Harga yang terjangkau	1.	Banyaknya pilihan harga yang tersedia dari setiap akomodasi yang					

		tersedia.					
	2.	Harga murah dengan akses yang cepat.					
Kepuasan pelanggan	1.	Dengan banyaknya pilihan yang tersedia memudahkan pelanggan dalam menentukan pilihannya					
	2.	Dengan adanya media yang memudahkan diakses oleh customer maka akan berdampak pada loyalitas pelanggan.					
	3.	Dengan banyaknya					

		perbandingan akomodasi akan memberi pilihan bagi para costumer.					
Promo dari travel agent	1.	Banyaknya promo dan paket manarik yang di sediakan					
	2.	Dengan adanya promo maka akan banyak diminati oleh costumer/traveler					
	3.	Dengan adanya promo kedua pihak sama-sama diuntungkan dengan penjualan dan pelayanan kepada costumer.					

B. Travel agent konvensional (Y)

Variable indikator	N o	Pertanyaan	SS/ SB	S/B	C/N	TS/ TB	STS/ STB
Dampak terhadap pemasukan	1	Keterbatasan target pasar yang dituju oleh perusahaan					
	2	Minimnya pemasukan karna dibatasi oleh akses yang tidak bisa kelolas secara online oleh costumer					
	3	Keterbatasan travel konvensional di setiap daerah					

		menjadi penghambat bagi customer.					
Keterbatasan akomodasi	1	Sedikitnya pilihan tujuan wisata yang tersedia					
	2	Tidak adanya pilihan akomodasi yang menarik minat customer.					
Harga/price	1	Harga yang lebih mahal dari pada travel online					
	2	Tidak tersedianya promo					
	3	Tidak tersedianya paket traveling yang menarik minat customer					

Tempat/ Place	1	Memakan waktu yang lama karna tidak bisa di akses secara online					
	2	Transaksi di perlambat karna keterbatasan tempat bertransaksi secara langsung (<i>face to face</i>)					

LAMPIRAN 3



YAYASAN PENDIDIKAN KARYA SEJAHTERA
SEKOLAH TINGGI PARIWISATA AMPTA
YOGYAKARTA

Jl. Laksda Adisucipto Km.6 (Tempel, Caturtunggal, Depok, Sleman) Yogyakarta 55281
Telp / fax : (0274) 485115 - 489514 Website : www.ampta.ac.id Email : info@ampta.ac.id, ampta@yahoo.co.id

Nomor : 1334/Q.AMPTA/V/2018
Hal : Permohonan Penelitian

Yogyakarta, 16 Mei 2018

Kepada Yth
Bapak/Ibu
HRD Hotel Rich Yogyakarta
Jl. Magelang KM.6 No. 18
Yogyakarta

Dengan Hormat,

Dengan ini kami mengajukan permohonan untuk melaksanakan Penelitian di Marketing Hotel Rich , Yogyakarta, selama 4 minggu terhitung mulai tanggal 21 Mei 2018 sampai dengan tanggal 21 Juni 2018, bagi mahasiswa/i kami dari Jurusan D IV Pengelolaan Perhotelan:

Nama Mahasiswa : Roby Trynata
No Mahasiswa : 314100756
Semester : VIII (Delapan)

Besar harapan bila mahasiswa kami mendapatkan izin untuk melaksanakan penelitian sehingga dapat menyusun Laporan Penelitian yang berjudul : **"PENGARUH ONLINE TRAVEL AGENT TERHADAP TRAVEL AGENT KONVENSIONAL DALAM PENJUALAN KAMAR DI HOTEL RICH YOGYAKARTA"**. Proposal Penelitian akan diikutsertakan oleh mahasiswa yang bersangkutan.

Atas bantuannya kami ucapkan terimakasih.

Hormat kami
Ketua



Drs. Prihatno, M.M.

Tembusan:
-File

LAMPIRAN 4

06/TRJH/HRD/SKT/VII/2018

Yang bertanda tangan di bawah ini :

Nama : Syiwandana
Alamat : The Rich Jogja Hotel
Jl. Magelang km 6 no 18, Kutupatran Yogyakarta
Telepon : 0274-5305888
Jabatan : Human Resource Manager

Dengan ini menyatakan bahwa yang bernama di bawah ini :

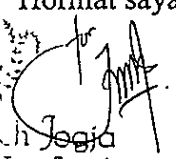
Nama : Roby Trynata
NIM : 314100756
Mahasiswa
Sekolah Tinggi Pariwisata AMTA Yogyakarta

Telah melaksanakan penelitian di Sales Marketing Department The Rich Jogja Hotel dari tanggal 21 Mei 2018 s/d 21 Juni 2018 dengan judul " PENGARUH ONLINE TRAVEL AGENT TERHADAP TRAVEL AGENT KONVENSIONAL DALAM PENJUALAN KAMAR DI HOTEL RICH YOGYAKARTA "

Demikian surat ini dibuat, agar dapat dipergunakan sebagaimana mestinya, Terima kasih.

Yogyakarta, 05 Juli 2018

Hormat saya,



The Rich Jogja
HOTEL
HUMAN RESOURCES
Syiwandana

Human Resources Manager

LAMPIRAN 5

Lampiran 5

KARAKTERISTIK RESPONDEN

Jenis Kelamin

	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
laki-laki	23	46.0	46.0	46.0
Valid perempuan	27	54.0	54.0	100.0
Total	50	100.0	100.0	

Usia Responden

	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
kurang dari 15 tahun	6	12.0	12.0	12.0
16 - 25 tahun	35	70.0	70.0	82.0
Valid 26 - 35 tahun	3	6.0	6.0	88.0
36 - 45 tahun	6	12.0	12.0	100.0
Total	50	100.0	100.0	

Pekerjaan

	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Pelajar/Mahasiswa	31	62.0	62.0	62.0
Pegawai Negeri	13	26.0	26.0	88.0
Valid Pegawai Swasta	5	10.0	10.0	98.0
Ibu Rumah Tangga	1	2.0	2.0	100.0
Total	50	100.0	100.0	

Lampiran 6

UJI DESKRIPTIF

Descriptive Statistics

	N	Minimum	Maximum	Mean	Std. Deviation
OTA1	50	2	5	3.60	.881
OTA2	50	2	5	3.54	.885
OTA3	50	2	5	3.24	1.080
OTA4	50	1	5	3.20	1.069
OTA5	50	2	5	3.56	1.181
OTA6	50	2	5	3.38	1.193
OTA7	50	2	5	3.52	.931
OTA8	50	2	5	3.44	1.091
OTA9	50	2	5	3.40	1.178
OTA10	50	2	5	3.58	1.126
Valid N (listwise)	50				

Descriptive Statistics

	N	Minimum	Maximum	Mean	Std. Deviation
TAK1	50	1	4	2.20	.948
TAK2	50	1	4	1.96	.880
TAK3	50	1	4	2.00	.808
TAK4	50	1	4	2.14	.833
TAK5	50	1	4	2.24	.822
TAK6	50	1	4	2.06	.935
TAK7	50	1	4	2.18	.962
TAK8	50	1	4	1.90	.839
TAK9	50	1	4	2.10	.814
TAK10	50	1	4	2.06	.793
Valid N (listwise)	50				

Lampiran 7
 Uji Normalitas

One-Sample Kolmogorov-Smirnov Test

		Unstandardized Residual
N		50
Normal Parameters ^{a,b}	Mean	.0000000
	Std. Deviation	3.64240154
	Absolute	.124
Most Extreme Differences	Positive	.124
	Negative	-.094
Kolmogorov-Smirnov Z		.879
Asymp. Sig. (2-tailed)		.423

a. Test distribution is Normal.

b. Calculated from data.

Lampiran 8
 Uji Linearitas

ANOVA Table

			Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
		(Combined)	810.420	21	38.591	3.657	.001
travel agent konvensional * online travel agent	Between Groups	Linearity	455.833	1	455.833	43.192	.000
		Deviation from Linearity	354.587	20	17.729	1.680	.101
	Within Groups		295.500	28	10.554		
	Total		1105.920	49			

Lampiran 9

UJI REGRESI LINEAR SEDERHANA

Model Summary^b

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	.642 ^a	.412	.400	3.680

a. Predictors: (Constant), online travel agent

b. Dependent Variable: travel agent konvensional

ANOVA^a

Model		Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
1	Regression	455.833	1	455.833	33.657	.000 ^b
	Residual	650.087	48	13.543		
	Total	1105.920	49			

a. Dependent Variable: travel agent konvensional

b. Predictors: (Constant), online travel agent

Coefficients^a

Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	34.341	2.364		14.524	.000
	online travel agent	-.392	.068	-.642	-5.801	.000

a. Dependent Variable: travel agent konvensional