

ABSTRACT

This research is conducted to prove and find out about the perception of domestic tourists in Yogyakarta towards both online and conventional travel agencies. To obtain the data, researcher used questionnaires to be distributed to respondents and also in-depth interview with tourists to gain deeper insights. This research focused on three main aspects; tourists' perception on the service of travel agencies, factors influencing tourists to choose types of travel agencies, and tourists' perception on future opportunities for both online and conventional travel agencies.

In this paper, researcher was using quantitative methods. The population in this research was 150 respondents, which are domestic tourists in Yogyakarta who are has been using both online and conventional travel agency services in the past, and divided respondents into online or conventional travel agency users in their current trip.

The research finds that tourists were averagely satisfied with the service of both types of travel agencies. Aspects that influencing tourists preference perception to use online travel agencies were the facilities and easiness, such as online travel agencies are considered easier to use, help tourists to search for information independently, can be done anywhere with internet connection, and review feature which helps users to make decision in booking hotel rooms. On the other hand, aspects that influencing tourists to use conventional travel agencies were depending on visitation companion and loyalty, specifically respondents pointed out consultation service provided by conventional travel agencies, and vacation with group tours as aspects to use conventional travel agencies. This research also indicates that tourists have positive point of view for online and conventional travel agencies' opportunities in the future.

Key Words: Perception, Online Travel Agencies, Conventional Travel Agencies

INTISARI

Penelitian ini dilakukan untuk membuktikan dan mengetahui tentang persepsi wisatawan domestik di Yogyakarta terhadap agen perjalanan online dan konvensional. Untuk mendapatkan data tersebut, peneliti menggunakan kuesioner untuk didistribusikan kepada responden dan juga wawancara mendalam dengan wisatawan untuk mendapatkan wawasan lebih dalam. Penelitian ini difokuskan pada tiga aspek utama; persepsi wisatawan terhadap pelayanan agen perjalanan, faktor-faktor yang mempengaruhi wisatawan untuk memilih jenis agen perjalanan, dan persepsi wisatawan terhadap peluang masa depan baik untuk agen perjalanan online maupun konvensional.

Dalam tulisan ini, peneliti menggunakan metode kuantitatif. Populasi dalam penelitian ini adalah 150 responden, yang terdiri dari wisatawan domestik di Yogyakarta yang sebelumnya pernah menggunakan kedua jasa agen perjalanan online dan konvensional, dan membagi responden menjadi pengguna biro perjalanan online atau konvensional dalam perjalanan mereka saat ini.

Penelitian ini menemukan bahwa wisatawan rata-rata puas dengan layanan dari kedua jenis agen perjalanan tersebut. Aspek yang memengaruhi persepsi preferensi wisatawan untuk menggunakan agen perjalanan online adalah fasilitas dan kemudahan, seperti agen perjalanan online dianggap lebih mudah digunakan, membantu wisatawan untuk mencari informasi secara mandiri, dapat dilakukan di mana saja dengan koneksi internet, dan fitur ulasan yang membantu pengguna untuk membuat keputusan dalam pemesanan kamar hotel. Di sisi lain, aspek-aspek yang mempengaruhi wisatawan untuk menggunakan agen perjalanan konvensional bergantung pada pendampingan kunjungan dan kesetiaan, khususnya responden menunjukkan layanan konsultasi yang diberikan oleh agen perjalanan konvensional, dan liburan dengan tur kelompok sebagai aspek untuk menggunakan agen perjalanan konvensional. Penelitian ini juga menunjukkan bahwa wisatawan memiliki sudut pandang positif untuk peluang agen perjalanan online dan konvensional di masa depan.

Kata Kunci: Persepsi, Agen Travel Online, Agen Travel Konvensional