

**ANALISIS FAKTOR-FAKTOR UTAMA PENGGUNA *ONLINE TRAVEL AGENT*
DENGAN METODE *ANALYTICAL HIERARCHY PROCESS*:
STUDI KASUS TRAVELOKA DAN TIKET.COM**

OKTARINI KUNTARI

Magister Akuntansi, Universitas Gadjah Mada, Indonesia

e-mail: oktarinikuntari@mail.ugm.ac.id

INTISARI

Penelitian ini bertujuan untuk menguji metode *analytical hierarchy process* dalam menentukan kriteria utama dalam pemilihan *online travel agent* pada pengguna Traveloka dan Tiket.com; dan menguji metode *analytical hierarchy process* dalam menentukan alternatif utama dalam pemilihan *online travel agent* pada pengguna Traveloka dan Tiket.com.

Penelitian ini merupakan penelitian kuantitatif. Penelitian ini menggunakan teknik *snowball sampling* dan *purposive sampling* yang digunakan pada penelitian ialah *judgment sampling*. Sampel dalam penelitian ini berjumlah 160 responden. Teknik analisis data pada penelitian ini menggunakan metode *Analytical Hierarchy Process* (AHP), dengan alat bantu analisis aplikasi *expert choice* untuk mengolah data.

Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa kriteria utama pemilihan *online travel agent* dengan menggunakan metode *Analytical Hierarchy Process* (AHP) ialah kriteria harga memiliki prioritas tertinggi sebesar 0,295, diikuti dengan kriteria produk sebesar 0,232, kriteria dimensi informasi dan *e-service* sebesar 0,185, kriteria reputasi sebesar 0,169, dan terakhir memiliki nilai bobot terendah ialah kriteria dimensi kualitas web/aplikasi sebesar 0,118. hal tersebut dapat dikatakan bahwa harga merupakan faktor penting dalam mempertimbangkan menggunakan suatu layanan *online travel agent*. Selanjutnya, untuk alternatif dalam pemilihan layanan *online travel agent* Traveloka mendapatkan prioritas tertinggi yang dipilih pengguna *online travel agent* sebesar 0,610 dan Tiket.com mendapatkan perolehan nilai bobot sebesar 0,399.

Kata kunci – *Online Travel Agent* (OTA), *Analytical Hierarchy Process* (AHP), Kriteria dan Sub-kriteria harga, produk, dimensi informasi dan *e-service*, reputasi dan dimensi kualitas web/aplikasi.

**ANALYSIS OF ONLINE TRAVEL AGENT USERS' MAIN FACTORS
USING ANALYTICAL HIERARCHY PROCESS METHOD:
A CASE STUDY OF TRAVELOKA AND TIKET.COM**

OKTARINI KUNTARI

Master of Accounting, Gadjah Mada University, Indonesia

e-mail: oktarinikuntari@mail.ugm.ac.id

ABSTRACT

This research aims to test the analytical hierarchy process method in determining the main criteria applied by Traveloka and Tiket.com users in selecting online travel agents; and to test the analytical hierarchy process method applied by Traveloka and Tiket.com users in determining the main alternative in selecting online travel agents.

This is a quantitative research. This study uses a snowball sampling technique, and the purposive sampling used in this study is judgment sampling. The sample size in this study is 160 respondents. The collected data in this study is analyzed using the Analytical Hierarchy Process (AHP) method, with expert choice application analysis tool to process data.

The results of this study indicate that using the Analytical Hierarchy Process (AHP) method, the main criteria for selecting online travel agents are: price, having the highest priority with 0.295, followed by product, with 0.232, information and e-service dimension, with 0.185, reputation, with 0.169, and finally, having the lowest weight value, is the web/application quality dimension, with 0.118. It can be said that price is an important factor in considering using an online travel agent service. Furthermore, in terms of alternatives in online travel agent services selection, Traveloka gets the highest priority chosen by online travel agent users with 0.610, and Tiket.com gets a weight value of 0.399.

Keywords: Online Travel Agent (OTA), Analytical Hierarchy Process (AHP), Price Criteria and Sub-criteria, product, information and e-service dimensions, reputation, and web/application quality dimensions.