

Moch Eric Faisal Ardiansyah, 15311010, ***Positioning Situs Travel Online Traveloka Menurut Persepsi Mahasiswa Di Gresik Dengan Menggunakan Metode Multi Dimensional Scalling***, Manajemen, Fakultas Ekonomi dan Bisnis, Universitas Muhammadiyah Gresik, Mei, 2019

Abstraks

Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis dan mengetahui peta *positioning* situs online Traveloka terhadap atribut diantara situs *travel online* berdasarkan persepsi mahasiswa di Gresik. Penelitian ini menggunakan pendekatan kuantitatif., dengan jumlah sampel 100 mahasiswa. Penarikan sampel menggunakan metode *non probability sampling*, dengan menggunakan teknik purposive sampling. Metode analisis data yang digunakan adalah Metode *Multidimensional Scalling*. Data yang diperoleh untuk mengetahui hasil peta *positioning* situs *travel online* Traveloka terhadap para pesaingnya berdasarkan persepsi mahasiswa di Gresik. Berdasarkan hasil analisis, terdapat perbedaan posisi. Traveloka dengan pesaing terdekat atau pesaing langsung adalah Tiket (menyangkut kemudahan akses kualitas website dan promo) dan Airy Rooms (menyangkut diskon). Hasil dari uji kesamaan sikap respon dengan menunjukkan bahwa adanya kesamaan sikap persepsi mahasiswa dalam menilai kemiripan situs travel online Traveloka dibandingkan dengan situs *travel online* lainnya terhadap atribut situs *travel online*.

Kata Kunci: Peta *Positioning*, Persepsi, Atribut.

Moch Eric Faisal Ardiansyah, 15311010, *Positioning Traveloka Online Travel Site According to Student Perception in Gresik Using Multi Dimensional Scaling Methods*, Management, Faculty of Economics and Business, Muhammadiyah Gresik University, May, 2019.

ABSTRACT

This study aims to analyze and find out Traveloka's online positioning map of attributes among online travel sites based on student perceptions in Gresik. This study uses a quantitative approach, with a sample of 100 students. Sampling uses a non probability sampling method, using purposive sampling technique. The data analysis method used is the Multidimensional Scaling Method. The selected data to find out the results of the positioning map of Traveloka's online travel site to its competitors is based on the perceptions of students in Gresik. Based on the results of the analysis, there are differences in position. Traveloka with the closest competitor or direct competitor is Ticket (concerning the ease of access to quality websites and promos) and Airy Rooms (regarding discounts). The results of the similarity test of respondents' attitudes indicate that there are similarities in the perception of students in assessing the similarity of Traveloka's online travel sites compared to other online travel sites towards the attributes of online travel sites.

Keywords : *Positioning Map, Perception, Attribute*