

**Pemilihan *Virtual Hotel Operator*:
Metode *Analytic Hierarchy Process* (AHP)
(Airbnb dan RedDoorz)**

Arsita Leni Sefindri^{1*} Jogiyanto Hartono M²

¹Universitas Gadjah Mada, Yogyakarta, Indonesia

**²Departemen Akuntansi, Fakultas Ekonomika dan Bisnis, Universitas Gadjah
Mada, Yogyakarta, Indonesia**

Intisari

Penelitian ini bertujuan untuk menguji metode *Analytical Hierarchy Process* (AHP) dalam menentukan kriteria utama dalam pemilihan virtual hotel operator pada pengguna Airbnb dan RedDoorz; dan menguji metode *analytical hierarchy process* dalam menentukan alternatif utama dalam pemilihan *virtual hotel operator* pada pengguna Airbnb dan RedDoorz. Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa kriteria utama pemilihan virtual hotel operator dengan menggunakan metode *Analytical Hierarchy Process* (AHP) ialah kriteria *price* memiliki prioritas tertinggi dengan nilai bobot sebesar 0,246, diikuti dengan kriteria *usability* 0,244, kriteria *trust* 0,239, kriteria *information quality* 0,151 dan terakhir memiliki nilai bobot terendah ialah kriteria *customer relationship* sebesar 0,119. Alternatif Airbnb mendapatkan prioritas tertinggi yang dipilih pengguna virtual hotel operator dengan nilai bobot sebesar 0,638 dan RedDoorz mendapatkan perolehan nilai bobot sebesar 0,362.

Kata Kunci: *Virtual Hotel Operator* (VHO), *Analytical Hierarchy Process* (AHP), Kriteria dan Sub-kriteria *Price*, *Usability*, *Trust*, *Information Quality*, *Customer Relationship*.

A. Pendahuluan

Industri pada perhotelan baru-baru ini menjadi bisnis yang tak hanya memberikan jasa penginapan secara komersil dengan menggunakan akomodasi sebagian atau bahkan seluruh bangunannya (Darma, 2018). Variasi pada jenis hotel juga sudah banyak. Hadirnya generasi tech-savy memberikan kemudahan dan kenyamanan teknologi bagi masyarakat Indonesia, memberikan peluang yang sangat prospektif pada sektor perhotelan yang berbasis teknologi dengan sebutan Virtual Hotel Operator (VHO) (Kusumawati, 2020). Peneliti tertarik untuk mengetahui hierarki kriteria dan alternatif yang mempengaruhi pengguna dalam pemilihan virtual hotel populer di Indonesia yaitu Airbnb dan RedDoorz. Thomas L. Saaty pada tahun 1980-an mengembangkan sebuah konsep untuk mengorganisasikan informasi dan pendapat yang digunakan untuk menentukan suatu alternatif pilihan yang bernama analytical hierarchy process (AHP).

Metode Analytic Hierarchy Process (AHP) dianggap cocok digunakan dalam penelitian ini untuk

mengukur prioritas serta pemilihan diantara alternatif (Görener, 2012) karena AHP menurut Ligaswara et.all (2009) memiliki pola dan struktur yang berhierarki sebagai konsekuensi dari kriteria yang dipilih sampai pada sub-kriteria yang paling mendalam, AHP memperhitungkan validitas sampai dengan batas toleransi inkonsistensi berbagai kriteria dan alternatif dan AHP memperhitungkan daya tahan atau ketahanan output analisis sensitivitas pengambil keputusan. Oleh karena itu metode AHP dipilih dalam penelitian ini karena dianggap dapat memecahkan suatu persoalan secara terstruktur karena menyederhanakan dan mendekomposisikan permasalahan tersebut melalui hierarki yang jelas.

B. Literatur Review

Teknologi adalah salah satu elemen terpenting dari pembangunan terencana di suatu Negara dan peningkatan teknologi informasi yang kita gunakan saat ini adalah hasil dari proses panjang yang dimulai sepuluh atau bahkan ratusan tahun yang lalu (Nugroho, 2021). *Digital platform* mampu mentransformasikan hampir

setiap industri yang ada karena memiliki sifat yang saling terikat dengan institusi, pasar, dan teknologi (De Reuver, Sorensen dan Basole, 2018). Hal tersebut mendorong beberapa pihak untuk mengambil peluang dan tantangan baru diperlukan serta regulasi untuk menangani peluang dan risiko dengan tepat (Rossotto *et al.*, 2018). Teknologi memberikan manfaat yang signifikan dalam industri (Law et al, 2020), Pariwisata menjadi salah satu industri yang merasakan manfaatnya karena dianggap meningkatkan efisiensi dalam operasionalnya (Law et al, 2014). Hadirnya generasi *tech-savy* memberikan kemudahan dan kenyamanan teknologi bagi masyarakat Indonesia, memberikan peluang yang sangat prospektif pada sektor perhotelan yang berbasis teknologi dengan sebutan *Virtual Hotel Operator (VHO)* (Kusumawati, 2020).

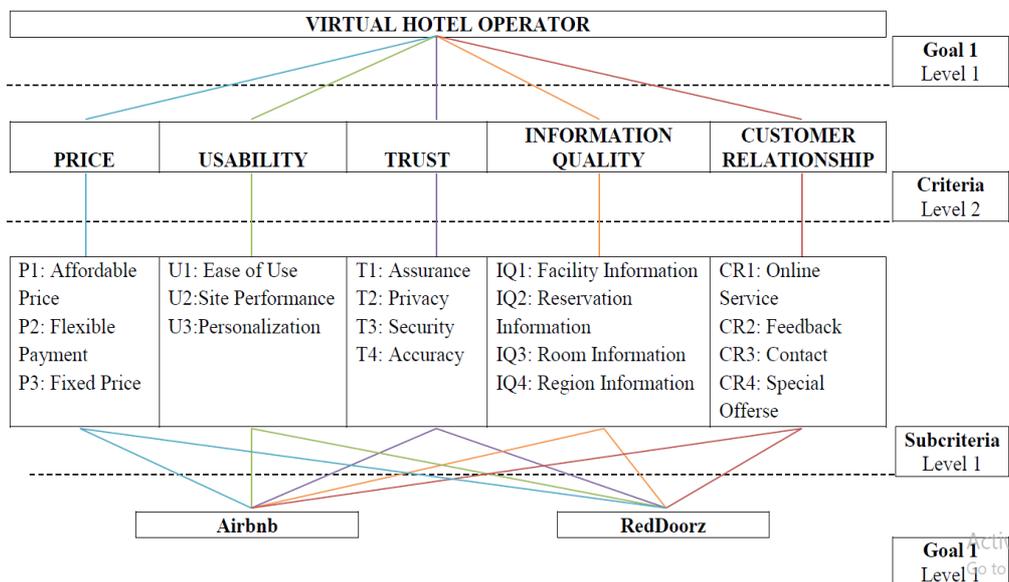
Analytic Hierarchy Process dirancang untuk mengatasi persepsi dan naluri dengan menetapkan prioritas di dalam memilih keputusan yang paling baik diantara alternatif-alternatif yang di analisis ada berdasarkan beberapa kriteria yang

telah disiapkan (Saaty&Vargas, 2012). Penggunaan *Analytic Hierarchy Process* dapat mendeteksi aspek subjektif maupun objektif dari sebuah keputusan dengan cara mengurangi secara kompleks keputusan yang ada menjadi sekumpulan perbandingan yang berpasangan dan kemudian dapat mensintesiskan hasilnya. Selain itu, manfaat dari *Analytic Hierarchy Process* juga untuk memeriksa konsistensi evaluasi dengan menggabungkan teknik dalam pengambilan keputusan, sehingga dapat mengurangi bias dalam proses pengambilan keputusan (Saaty, 1988). *Analytic Hierarchy Process* mampu menyederhanakan persoalan yang ada dengan kerangka susunan hierarki yang efektif yang akan dijelaskan pada bagian selanjutnya.

Penelitian ini mengadopsi kriteria dan subkriteria dari penelitian Tang (2015), Raco et al. (2018) dan Baki (2020) yaitu: price (affordable price, flexible payment, fixed price), usability (ease of use, site performance, personalization), trust (assurance, privacy, security, accuracy), information quality (facility information, reservation

information, room information, region information) dan customer relationship (online service, feedback, contact, special offerse). Alternatif

pada penelitian ini ialah Airbnb dan RedDoorz



Gambar 1. Kerangka Penelitian: Tang, (2015); Raco et al (2018) dan Baki (2020) dikembangkan oleh peneliti

C. Metodologi

Penelitian ini menggunakan pendekatan kuantitatif untuk memberikan jawaban yang mendalam terkait topik yang diteliti. Sugiono (2014) menjelaskan bahwa yang dimaksud dengan metode kuantitatif yaitu suatu metode penelitian yang digunakan untuk meneliti atau menguji sampel tertentu berdasarkan suatu filsafat positivisme dengan analisis datanya bersifat kuantitatif yang diperlukan untuk meneliti populasi atau sampel dalam tujuan

untuk menguji sebuah hipotesis yang sudah ditetapkan oleh peneliti. Peneliti menggunakan data primer yang akan didapatkan berdasarkan dari penelitian lapangan (field research) dengan sumber utama maupun langsung. Subjek penelitian adalah sumber data atau pihak-pihak yang berhubungan dengan masalah penelitian yang biasanya menjadi landasan atau darimanakan data tersebut diperoleh (Suharsimi Arikunto, 2002:107). Penyelesaian masalah dalam

penelitian ini menggunakan analisis hierarki yang diteliti secara mendalam sehingga berpengaruh dalam pengambilan keputusan. Dengan demikian, penelitian ini untuk mengetahui kriteria, subkriteria, dan alternatif utama dalam pemilihan Virtual Hotel Operator dengan platform Airbnb dan RedDoorz.

Pemilihan sampel menggunakan teknik *snowball* dalam pengumpulan datanya karena peneliti mempertimbangkan kemungkinan akan dihadapi pada saat penelitian. Kriteria sampel dalam penelitian ini yaitu responden yang telah menggunakan RedDoorz dan Airbnb selama \pm 6 bulan, agar memahami aplikasi dengan baik dan sudah (Kuntari, 2021). Kriteria lain dalam penelitian ini yaitu bagi pengguna yang memasuki usia produktif. Usia produktif dalam penelitian ini yaitu masyarakat yang usianya masuk diantara 15 sampai dengan 64 tahun, menurut bps dalam rentan usia tersebut umumnya sudah dianggap mampu produktif menghasilkan output barang maupun jasa. Teknik yang digunakan dalam pengumpulan data di penelitian ini menggunakan kuisisioner atau angket. Analisis data

yang digunakan dalam penelitian ini adalah dengan metode Analytic Hierarchy Process (AHP) dan menggunakan aplikasi expert choice untuk membantu dalam proses analisis data yang diperoleh.

D. Hasil dan Pembahasan

Responden yang mengisi kuisisioner terkait *virtual hotel operator* pada penelitian ini sebanyak 174 orang dengan rincian 66 orang responden (38%) adalah laki-laki dan 108 responden (62%) lainnya perempuan. Kelompok umur responden penelitian yang sesuai kriteria diantaranya 4 responden (2%) memiliki umur dibawah 17 tahun, 87 responden (50%) memiliki umur antara 17 sampai 24 tahun, 76 responden (43%) memiliki umur antara 25 sampai 34 tahun dan 7 reponden (4%) memiliki umur diatas 35 tahun.

Tabel 1 Hierarki Kriteria, Subkriteria dan Alternatif Pemilihan VHO

No	<i>Virtual Hotel Operator (VHO)</i>					
	Kriteria		Subkriteria		Alternatif	
					Airbnb	RedDoorz
1	<i>Price</i>	0,246	<i>Affordable Price</i>	0,619	0,024	0,100
			<i>Flexible Payment</i>	0,241	0,013	0,039
			<i>Fixed Price</i>	0,139	0,011	0,023
Total kriteria dimensi price					0,048	0,162
	<i>Usability</i>	0,244	<i>Ease of Use</i>	0,607	0,036	0,097
			<i>Site Performance</i>	0,246	0,021	0,039
			<i>Personalization</i>	0,147	0,012	0,023
Total kriteria dimensi usability					0,069	0,159
	<i>Trust</i>	0,239	<i>Assurance</i>	0,137	0,022	0,020
			<i>Privacy</i>	0,390	0,061	0,052
			<i>Security</i>	0,369	0,058	0,051
			<i>Accuracy</i>	0,104	0,015	0,016
Total kriteria dimensi trust					0,156	0,139
4	<i>Information Quality</i>	0,151	<i>Facility Information</i>	0,390	0,021	0,039
			<i>Reservation Information</i>	0,230	0,010	0,023
			<i>Room Information</i>	0,254	0,011	0,025
			<i>Region Information</i>	0,125	0,006	0,012
Total kriteria dimensi information quality					0,048	0,099
5	<i>Customer Relationship</i>	0,119	<i>Online Service</i>	0,395	0,016	0,031
			<i>Feedback</i>	0,173	0,009	0,014
			<i>Contact</i>	0,144	0,006	0,011
			<i>Special Offerse</i>	0,288	0,008	0,023
Total kriteria dimensi customer relationship					0,039	0,079
Alternatif					0,362	0,638
Overall Inconsistency					0,01	

Sumber: diolah data primer 2022

Hasil pada subkriteria *affordable price* menunjukkan nilai bobot pada Airbnb sebesar 0,024 dan nilai bobot pada RedDoorz 0,100. *Flexible payment* pada Airbnb memiliki nilai bobot 0,013 dan RedDoorz memiliki nilai bobot 0,039. *Fixed price* pada Airbnb

memiliki nilai bobot 0,011 dan RedDoorz memiliki nilai bobot 0,023. Total kriteria *price* tertinggi dimiliki oleh RedDoorz dengan nilai bobot sebesar 0,162 dan Airbnb sebesar 0,048. Hasil subkriteria *ease of use* menunjukkan nilai bobot pada Airbnb

sebesar 0,036 dan nilai bobot pada RedDoorz 0,097. *Site performance* pada Airbnb memiliki nilai bobot 0,021 dan RedDoorz memiliki nilai bobot 0,039. *Personalization* pada Airbnb memiliki nilai bobot 0,012 dan RedDoorz memiliki nilai bobot 0,023. Total kriteria *usability* tertinggi dimiliki oleh RedDoorz dengan nilai bobot sebesar 0,159 dan Airbnb sebesar 0,069. Hasil pada subkriteria *assurance* menunjukkan nilai bobot pada Airbnb sebesar 0,022 dan nilai bobot pada RedDoorz 0,020. *Privacy* pada Airbnb memiliki nilai bobot 0,061 dan RedDoorz memiliki nilai bobot 0,052. *Security* pada Airbnb memiliki nilai bobot 0,058 dan RedDoorz memiliki nilai bobot 0,051. *Accuracy* pada Airbnb memiliki nilai bobot 0,0015 dan RedDoorz memiliki nilai bobot 0,016. Total kriteria *trust* tertinggi dimiliki oleh RedDoorz dengan nilai bobot sebesar 0,139 dan Airbnb sebesar 0,156. Hasil pada subkriteria *facility information* menunjukkan nilai bobot pada Airbnb sebesar 0,021 dan nilai bobot pada RedDoorz 0,039. *Reservation information* pada Airbnb memiliki nilai bobot 0,010 dan RedDoorz memiliki nilai bobot 0,023. *Room*

information pada Airbnb memiliki nilai bobot 0,011 dan RedDoorz memiliki nilai bobot 0,025. *Region information* pada Airbnb memiliki nilai bobot 0,006 dan RedDoorz memiliki nilai bobot 0,012.

Total kriteria *information quality* tertinggi dimiliki oleh RedDoorz dengan nilai bobot sebesar 0,099 dan Airbnb sebesar 0,048. Hasil pada subkriteria *online services* menunjukkan nilai bobot pada Airbnb sebesar 0,016 dan nilai bobot pada RedDoorz 0,031. *Feedback* pada Airbnb memiliki nilai bobot 0,009 dan RedDoorz memiliki nilai bobot 0,014. *Contact* pada Airbnb memiliki nilai bobot 0,006 dan RedDoorz memiliki nilai bobot 0,011. *Special offerse* pada Airbnb memiliki nilai bobot 0,008 dan RedDoorz memiliki nilai bobot 0,023. Total kriteria *customer relationship* tertinggi dimiliki oleh RedDoorz dengan nilai bobot sebesar 0,079 dan Airbnb sebesar 0,039.

Tabel 4.2 menyajikan *affordable price* menjadi subkriteria prioritas pertama diikuti oleh *ease of use*, *privacy*, *facility information* dan *online service*. *Affordable price* menjadi prioritas utama dalam kriteria *price* karena harga terjangkau yang

ditawarkan *virtual hotel operator*. Nilai bobot alternatif total pada kriteria *price* menunjukkan RedDoorz memiliki nilai yang lebih baik, hal ini disebabkan oleh alternatif RedDoorz memiliki harga yang terjangkau, pembayaran yang fleksibel dan harganya tetap. Pembayaran melalui aplikasi RedDoorz juga lebih mudah karena bisa melalui credit card, bank transfer, alfamart bahkan bisa melalui dompet digital seperti gopay sedangkan pembayaran pada Airbnb masih cukup terbatas.

Ease of use menjadi prioritas utama dalam kriteria *usability* karena dinilai mampu mempermudah pelanggan dalam memesan penginapan secara daring. Nilai bobot alternatif total pada kriteria *usability* menunjukkan RedDoorz lebih unggul dibandingkan Airbnb, hal ini disebabkan karena alternatif RedDoorz memiliki kemudahan akses, *site performance* dan personalisasi web yang baik.

Privacy menjadi prioritas utama dalam kriteria *trust* karena menjaga privasi pelanggan akan membangun kepercayaan pada *virtual hotel operator*. Nilai bobot alternatif total pada kriteria *trust* menunjukkan Airbnb lebih unggul dibandingkan RedDoorz

karena Airbnb unggul pada empat aspek subkriteria. *Facility information* menjadi prioritas utama dalam kriteria *information quality* karena informasi mengenai fasilitas yang akan didapatkan selama penginapan dianggap penting bagi pelanggan. Nilai bobot alternatif total pada kriteria *information quality* menampilkan RedDoorz memiliki keunggulan dibandingkan Airbnb, hal ini disebabkan karena RedDoorz memiliki subkriteria *facility information*, *reservation information*, *room information* dan *region information* yang lebih unggul dari Airbnb.

Online service menjadi prioritas utama dalam kriteria *customer relationship* karena pemesanan hotel secara daring perlu juga penyelesaian secara daring dengan baik pula, sehingga dalam pemilihan *virtual hotel operator* pelanggan memilih *online service* sebagai subkriteria yang paling utama. Nilai bobot alternatif total pada kriteria *customer relationship* menunjukkan RedDoorz lebih unggul pada empat aspek subkriteria dibandingkan Airbnb.

Hasil *inconsistency* data yang sudah diolah dengan menggunakan aplikasi

Expert Choice untuk pemilihan *virtual hotel operator* menunjukkan hasil sebagai berikut.



Gambar 2 *Overall inconsistency* dan alternatif dalam pemilihan *virtual hotel operator*

Sumber: diolah data primer 2022

Gambar 4.7 menunjukkan total keseluruhan *inconsistency* dalam pengujian menggunakan *Expert Choice* dengan nilai 0,01 dan menunjukkan bahwa alternatif RedDoorz lebih unggul 0,267 dibandingkan Airbnb dengan nilai bobot alternatif RedDoorz sebesar 0,638 dan nilai bobot alternatif Airbnb sebesar 0,362.

Batasan nilai *Consistency Ratio* (CR) dalam AHP yang dapat diterima menurut Saaty (2012) yaitu apabila nilai $CR \leq 0,10$, maka pengambilan keputusan dapat diterima. namun apabila nilai $CR > 0,10$ maka penilaian perlu diulang kembali sampai menghasilkan nilai yang sesuai.

E. Penutup

Pemilihan virtual hotel operator menggunakan metode Analytic Hierarchy Process (AHP) dalam penelitian ini memiliki 5 kriteria yaitu price, usability, trust, information quality dan customer relationship. Kriteria pertama yaitu price (0,246) memiliki subkriteria affordable price dengan nilai sebesar 0,619, selanjutnya diikuti oleh flexible payment dengan nilai bobot 0,241 dan fixed price dengan nilai bobot 0,139. Kriteria kedua yaitu usability (0,244) memiliki subkriteria ease of use dengan nilai bobot sebesar 0,607, site performance memiliki nilai bobot sebesar 0,246 dan personalization memiliki nilai bobot 0,147.

Kriteria ketiga yaitu *trust* (0,239) memiliki subkriteria *privacy* dengan nilai bobot sebesar 0,390, *security* memiliki nilai bobot sebesar 0,369, *assurance* dengan nilai bobot sebesar 0,137 dan *accuracy* dengan nilai bobot sebesar 0,104. Kriteria keempat yaitu *information quality* (0,151) memiliki subkriteria *facility information* dengan nilai bobot sebesar 0,390, *room information* memiliki nilai bobot sebesar 0,254, *reservation information* memiliki nilai bobot sebesar 0,230 dan *region information* dengan nilai bobot sebesar 0,125. Kriteria kelima *customer relationship* (0,119) memiliki subkriteria *online services* dengan nilai bobot sebesar 0,395, *special offerse* dengan nilai bobot sebesar 0,288, *feedback* dengan nilai bobot sebesar 0,173 dan *contact* dengan nilai bobot sebesar 0,144. Alternatif pemilihan *virtual hotel operator* penelitian ini ialah *RedDoorz* dengan nilai bobot sebesar 0,638 sedangkan *Airbnb* memiliki nilai bobot sebesar 0,362. Berdasarkan hasil penelitian pemilihan *virtual hotel operator* yang telah dilakukan, terdapat saran dari peneliti yang berkaitan dengan hasil penelitian untuk perusahaan maupun

untuk penelitian selanjutnya ialah sebagai berikut.

Kriteria utama dalam pemilihan *virtual hotel operator* pada *Airbnb* dan *RedDoorz* adalah *price*, *usability* dan *trust*. Ketiga kriteria tersebut menjadi kriteria utama yang dipilih oleh para pengguna dalam memilih *virtual hotel operator* karena memiliki nilai bobot tinggi dibandingkan *information quality* dan *customer relationship*. Hierarki subkriteria yang menjadi prioritas utama pada masing-masing kriteria yaitu *affordable price* menjadi subkriteria prioritas utama kriteria *price*. Hal tersebut menunjukkan bahwa sebagian besar pelanggan memilih untuk menginap di suatu hotel/penginapan menggunakan *virtual hotel operator* karena pertimbangan harga yang terjangkau dibandingkan harus memesan secara langsung. Pada platform atau aplikasi *virtual hotel operator* biasanya mereka menyediakan promo atau potongan harga kepada pengguna atau bahkan memberikan *voucher* cuma-cuma untuk penggunaan pertama apabila bertansaksi dan membuat akun *virtual hotel operator* tersebut.

Ease of use menjadi subkriteria prioritas utama kriteria *usability*, menunjukkan bahwa sebagian besar pengguna *virtual hotel operator* memilih memesan secara online (aplikasi/web) dibandingkan harus datang langsung ke hotel untuk membuat pemesanan. Selain itu, penggunaan *virtual hotel operator* dapat memudahkan tidak hanya dalam pemesanan saja, melainkan mereka memudahkan pelanggan untuk melakukan refund atau pembatalan penginapan secara *online* sesuai dengan ketentuan pihak *virtual hotel operator*. *Privacy* menjadi subkriteria prioritas utama kriteria *trust*, karena pengguna beranggapan bahwa pemesanan melalui *virtual hotel operator* dapat menjaga *privacy* mereka dengan tanpa harus pemesanan secara langsung.

Daftar Pustaka

- Agung Santoso, R. R. (2016). Aplikasi Fuzzy Analitical Hierarchy Process untuk Menentukan Prioritas Pelanggan Berkunjung ke Galeri. *Jurnal Gaussian*, 293-248.
- Alessio Ishizaka, A. Q. (2019). Do five-star hotel managers know their customers' priorities? An AHP-Prioritised scorecard study. *EuroMed Journal of Business*, 137-167.
- Amal Al Qubaisi Masood, B. J. (2016). An analytic hierarchy process for school quality and inspection. *International Journal of Educational Management Emerald* , 437 - 459.
- Angga Setiyadi, R. D. (2018). Penerapan Metode AHP dalam Memilih Marketplace E-Commerce Berdasarkan Software Quality and Evaluation ISO/IEC untuk UMKM. *Jurnal IKRA-ITH Informatika*, ISSN 2580-4316.
- Baki, R. (2020). Evaluating hotel websites through the use of fuzzy AHP and fuzzy TOPSIS. *International Journal of Contemporary Hospitality Management*, 0959-6119.

- Chun Meng Tang, M. H. (2015). How Do Students Select Social Networking Sites? An Analytic Hierarchy Process (AHP) Model. *International Journal of Cyber Society and Education*, 81-89.
- Damjan Maletič, M. M.-N. (2014). An Application of Analytic Hierarchy Process (AHP) and Sensitivity Analysis for Maintenance Policy Selection. *ResearchGate Journal Special Theme: Application of Quality Management*, 177-189.
- Davies, M. (2001). Adaptive AHP: a Review of Marketing Applications with Extensions. *European Journal of Marketing Emerald*, 872 - 894.
- Edwin Gunawan, G. O. (2019). Analisa Pengaruh Kualitas Layanan Terhadap Kepuasan Pelanggan Menginap di Empat Virtual Hotel Operator di Surabaya. *Journal of Indonesian Tourism, Hospitality and Recreation*, 2654-4687.
- Fernando Parulian Saputra, N. H. (2018). Penerapan Metode Fuzzy Analytical Hierarchy Process (F-AHP) Untuk Menentukan Besar Pinjaman Pada Koperasi. *Jurnal Pengembangan Teknologi Informasi dan Ilmu Komputer*, 1761-1767.
- Jiaqin Yang, H. L. (1997). An AHP Decision Model for Facility Location Selection. *MCB University Press*, 241–254.
- Jozef Richard Raco, Y. R. (2018). Determinant factors influencing people to use motorcycle taxi online services using the Analytical Hierarchy Process. *Universitas Katolik De La Salle Manado - Indonesia*.
- Kusumawati, F. (2020). Tren Virtual Hotel Operator (VHO) di Yogyakarta. *Media Wisata*, Volume 18, Nomor 1, EISSN 26858436.

- Linda Boardman, L. P. (2008). Applying the analytic hierarchy process to the offshore outsourcing location decision. *Emerald Supply Chain Management: An International Journal*, 435 - 449.
- Min, H. M. (1996). Competitive benchmarking of Korean luxury hotels using the analytic hierarchy process and competitive gap analysis. *Emerald Journal of Services Marketing*, 58 - 72.
- Putri Taqwa Prasetyaningrum, A. S. (2019). Penerapan Analytical Hierarchy Process (AHP) untuk Mendukung Keputusan Pemilihan Destinasi Tempat Wisata Daerah Istimewa Yogyakarta untuk Para Wisatawan Mancanegara Non Asia. *Jurnal SIMETRIS*, E-ISSN: 2549-3108.
- Rachel Dyah Wiastuti, E. M. (2016). Virtual Hotel Operator; is it Disruption for Hotel Industry. *Jurnal Hospitality dan Pariwisata*, 201.
- Saaty, T. L. (1990). How to Make a Decision: The Analytic Hierarchy Process. *European Journal of Operational Research*, 9-26.
- Septiani, W. (2009). Pendekatan Kombinasi Metode AHP dan Metode Cut Off Point Ppada Tahap Analisis Keputusan Perancangan Sistem Informasi Penjualan PT.X. *J@TI Undip*, 195-204.
- Serhat Aydin, C. K. (2011). A Modified Fuzzy Analytic Hierarchy Process Based Multicriteria Decision making Methodology for Assessing E-commerce Website Quality: A Case Study in Turkey. *ResearchGate Journal Proceedings of the World Congress on Engineering*, 978-988.
- Shih-Shuo Yeh, A. K.-L.-C. (2017). Barriers to Implementing Green Management in the Hospitality Industry. *Emerald Journal Advances in Hospitality and Leisure*, 46-71.

Sumit Gupta, G. S. (2015). Analytic Hierarchy Process (AHP) Model for Evaluating Sustainable Manufacturing Practices in Indian Electrical Panel Industries. *Elsavier, Procedia - Social and Behavioral Sciences*, 208-216.

Syifa Nur Rakhmah, S. W. (2020). Penentuan Faktor Prioritas

Pemilihan Online Travel Agency di Wilayah Bekasi Menggunakan Metode Analytical. *Jurnal Media Informatika Budidarma*, 825-833.

William Ho a, *. X. (2018). The state-of-the-art Integrations and Applications of The Analytic Hierarchy Process. *European Journal of Operational Research*, 267 (2), pp 399-414.