

**RESPON KONSUMEN TERHADAP PENERAPAN *VIRTUAL TOUR*
DI PT. ATOURIN TEKNOLOGI NUSANTARA**

Skripsi



**Untuk memenuhi Syarat Guna Memperoleh Derajat
Sarjana Terapan Pariwisata D IV**

Oleh

NATASYA ANINDYA

NO. MHS : 417100503

**PROGRAM STUDI USAHA PERJALANAN WISATA
SEKOLAH TINGGI PARIWISATA AMPTA YOGYAKARTA**

2021

**RESPON KONSUMEN TERHADAP PENERAPAN *VIRTUAL TOUR*
DI PT. ATOURIN TEKNOLOGI NUSANTARA**

Skripsi



**Untuk memenuhi Syarat Guna Memperoleh Derajat
Sarjana Terapan Pariwisata D IV**

Oleh

NATASYA ANINDYA

NO. MHS : 417100503

**PROGRAM STUDI USAHA PERJALANAN WISATA
SEKOLAH TINGGI PARIWISATA AMPTA YOGYAKARTA**

2021

**RESPON KONSUMEN TERHADAP PENERAPAN *VIRTUAL TOUR*
DI PT. ATOURIN TEKNOLOGI NUSANTARA**

Skripsi




Oleh

NATASYA ANINDYA


NO. MHS : 417100503

Telah disetujui oleh :


Pembimbing I


Santosa, Drs. M.M.
NIDN.0519045901

Pembimbing II


Yudi Setiaji, S.H. M.M.
NIDN. 0508066401

Mengetahui,
Ketua Program Studi


Yudi Setiaji, S.H. M.M.
NIDN. 050806640

BERITA ACARA UJIAN
RESPON KONSUMEN TERHADAP PENERAPAN *VIRTUAL TOUR* DI PT
ATOURIN TEKNOLOGI NUSANTARA

Skripsi



Oleh
NATASYA ANINDYA
NIM : 417100503
Telah di Pertahankan di depan Penguji
dan dinyatakan Lulus
Pada Tanggal 03 Desember 2021

TIM PENGUJI

Penguji Utama	: <u>Arif Dwi Saputra, S.S., M.M.</u>	
	(NIDN. 0525047001)	
Pembimbing I	: <u>Drs. Santosa, M.M.</u>	
	(NIDN. 0519045901)	
Pembimbing II	: <u>Yudi Setiaji, S.H., M.M.</u>	
	(NIDN. 0508066401)	

Mengetahui,

Ketua Sekolah Tinggi Pariwisata AMPTA Yogyakarta



PERNYATAAN KEASLIAN SKRIPSI

Yang bertanda tangan di bawah ini :

Nama : Natasya Anindya
NIM : 417100503
Jurusan : Usaha Perjalanan Wisata
Judul Skripsi : Respon Konsumen Terhadap Penerapan Virtual Tour
di PT. Atourin Teknologi Nusantara.

Dengan ini saya menyatakan dengan sesungguhnya bahwa dalam skripsi ini tidak terdapat keseluruhan atau Sebagian tulisan orang lain yang saya ambil dengan cara menyalin atau meniru dalam bentuk rangkaian kalimat yang menunjukkan gagasan, pendapat, atau pemikiran dari penulis lain tanpa memberikan pengakuan penulis aslinya. Apabila saya melakukan Tindakan yang bertentangan dengan hal tersebut, baik disengaja atau tidak, dengan ini saya menyatakan menarik skripsi yang saya ajukan sebagai hasil tulisan saya sendiri.

Jakarta, 03 Desember 2021



Natasya
(Natasya Anindya)

MOTTO

”The whole purpose of education is to turn mirrors into windows.”

(Sydney J. Harris)

“Maka sesungguhnya bersama kesulitan itu ada kemudahan. Sesungguhnya bersama kesulitan itu ada kemudahan.”

(QS Al Insyirah 5-6)

“Allah tidak membebani seseorang melainkan sesuai kesanggupannya.”

(QS Al Baqarah 286)

“Percayalah pada dirimu sendiri dan ketahuilah bahwa ada sesuatu di dalam dirimu yang lebih besar daripada rintangan apapun”

(Christian D. Larson)

” Kamu bisa berpikir dengan otak yang kamu miliki, kamu memiliki kaki dalam sepatumu. Kamu bisa mengarahkan dirimu sendiri ke arah manapun yang kamu pilih. Kamu adalah orang yang akan memutuskan ke mana harus pergi.”

(Dr. Seuss)

HALAMAN PERSEMBAHAN

Skripsi ini saya persembahkan kepada :

1. Tuhan Yang Maha Esa, yang telah memberikan kesempatan untuk saya masih berada pada titik ini sehingga saya dapat menyelesaikan kewajiban saya sebagai mahasiswa Sarjana Terapan Pariwisata di STP AMPTA Yogyakarta.
2. Alm. Mama saya yang tersayang, yang senantiasa selalu mendukung saya sampai akhir hayatnya, mendoakan saya hingga memberikan dukungan yang luar biasa untuk anaknya hingga akhirnya saya bisa memberikan hal yang diharapkan oleh Alm. Semasa hidupnya yaitu bisa melihat saya berhasil menyelesaikan Pendidikan saya.
3. Papa saya, terimakasih atas segala doa dan dukungannya dari jauh yang sangat amat besar untuk saya yang akhirnya juga dapat menyelesaikan Pendidikan ini seperti yang diharapkan.
4. Sahabat sekaligus *partner* terbaik dalam hidup saya, Farizqodandi Muhammad Afief atas segala dukungannya, setia dan sabar menemani saya dimanapun dan kapanpun, dan untuk segala *moment* kebersamaan dan untuk semua cerita berkesan yang pernah dilalui, *you're the best*.
5. Assyifa Arini, Erica Gabriela, Nabila Melyanti, dan Niswa. Terimakasih kalian sudah menjadi bagian dari suka duka, walaupun tidak sepenuhnya membantu dalam hal ini tapi kalian tetap yang terbaik dalam menjadi sumber tawa dan hura-hura.
6. Teman seperjuangan saya, Florentina Rexyalita, Alexander Dicky Taruna, Luthfi Laili Fianda, Gabriel Pradipta untuk dukungannya secara materil dan moril. *The best wishes for you all*.
7. Seluruh staf PT. Atourin Teknologi Nusantara, Kak Rivo, Kak Johar, dan Kak Reza, atas kesempatannya untuk dapat menjadi bagian keluarga PT. Atourin Teknologi Nusantara, serta menjadi *mentor* dalam skripsi ini.

KATA PENGANTAR

Segala puji dan syukur penulis panjatkan kepada Tuhan Yang Maha Esa atas berkat, rahmat dan karunia – NYA, penulis dapat menyelesaikan penyusunan skripsi yang berjudul “**RESPON KONSUMEN TERHADAP PENERAPAN VIRTUAL TOUR DI PT. ATOURIN TEKNOLOGI NUSANTARA**”, dengan baik. Penulisan skripsi ini dilakukan sebagai salah satu syarat untuk menyelesaikan program studi lanjut guna memperoleh gelar derajat Sarjana Terapan Pariwisata pada program studi Usaha Perjalanan Wisata Sekolah Tinggi Pariwisata AMPTA.

Dalam kesempatan ini penulis ingin menyampaikan ucapan terimakasih khususnya kepada orangtua yang telah meberikan dorongan, motivasi dan doa selama penyelesaian skripsi ini. Selama melakukan penulisan skripsi ini penulis banyak mendapat dukungan berupa material dan moril dari berbagai pihak. Oleh karena itu, penulis ingin menyampaikan ucapan terimakasih yang tulus kepada :

1. Bapak Drs. Santosa, M.M. selaku dosen pembimbing I yang telah membimbing dan mengarahkan penulis dalam menyelesaikan skripsi ini
2. Bapak Yudi Setiaji, S.H., M.M. selaku dosen pembimbing II dan Ketua Program Studi Perjalanan Wisata yang telah membimbing dalam penulisan skripsi ini.
3. Bapak Arif Dwi Saputra, S.S., M.M. selaku dosen penguji utama yang telah menguji skripsi ini.
4. Kak Benarivo Triadi Putra dan keluarga PT Atourin Teknologi Nusantara yang menjadi sumber dalam penulisan skripsi ini.

Skripsi ini masih jauh dari kata sempurna karena masih memiliki banyak kekurangan. Oleh karena itu, peneliti sangat mengharapkan kritik dan saran atas penulisan skripsi ini.

Jakarta, 03 Desember 2021

Penulis

DAFTAR ISI

HALAMAN JUDUL	i
HALAMAN PENGESAHAN	ii
BERITA ACARA UJIAN	iii
PERNYATAAN KEASLIAN	iv
HALAMAN MOTTO	v
HALAMAN PERSEMBAHAN	vi
KATA PENGANTAR	vii
DAFTAR ISI	ix
DAFTAR TABEL	xii
DAFTAR GAMBAR	xiii
DAFTAR LAMPIRAN	xiv
ABSTRAK	xv
BAB I PENDAHULUAN	
A. Latar Belakang	1
B. Rumusan Masalah	5
C. Batasan Masalah	6
D. Tujuan Penelitian	6
E. Manfaat Penelitian	7
BAB II LANDASAN TEORI DAN HIPOTESIS	
A. Landasan Teori	9
1. Konsumen	9
2. Respon	11
3. Keputusan Pembelian	13

4. <i>Virtual Tour</i>	17
5. Masa Pandemi	17
B. Kerangka Pemikiran	22
C. Penelitian Terdahulu	22
D. Hipotesis	23
BAB III METODE PENELITIAN	
A. Jenis Penelitian	25
B. Lokasi dan Waktu Penelitian	25
C. Populasi dan Sampel	26
D. Variabel Penelitian	27
E. Metode Peengumpulan Data	28
F. Uji Hipotesis	31
BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN	
A. Deskripsi Objek Penelitian	32
a. Sejarah PT. Atourin Teknologi Nusantara	32
b. Visi dan Misi	34
c. Identitas PT. Atourin Teknologi Nusantara	34
d. Struktur Organisasi	35
e. Produk – produk PT. Atourin Teknologi Nusantara	37
B. Hasil Penelitian	39
1. Deskripsi Penerapan <i>Virtual Tour</i>	39
2. Karakteristik Responden	41
C. Pembahasan Hasil Penelitian	43
1. Hasil Uji T-Test Satu Sampel	44
BAB V KESIMPULAN DAN SARAN	
A. KESIMPULAN	48
B. SARAN	48
DAFTAR PUSTAKA	49

DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran 1

Lampiran 2

Lampiran 3

Lampiran 4

Lampiran 5

Lampiran 6

Lampiran 7

Lampiran 8

Lampiran 9

Lampiran 10

Lampiran 11

Lampiran 12

DAFTAR TABEL

Tabel 3.1 Kuesioner Penilaian Konsumen Terhadap <i>virtual tour</i> ...	31
Tabel 3.2 Indikator Pertanyaan Kuesioner	31
Tabel 4.1 Produk – produk PT Atourin Teknologi Nusantara	39
Tabel 4.2 Rekapitan Pelaksanaan <i>virtual tour</i>	42
Tabel 4.3 Rekapitulasi Kuesioner yang Kembali	42
Tabel 4.4 Rekapitulasi Responden berdasarkan Umur	43
dan Jenis Kelamin	
Tabel 4.5 Karakter Responden berdasarkan Daerah Asal	43
Tabel 4.6 Rekapitulasi Hasil Kuesioner <i>on-tour</i>	44
Tabel 4.7 Rekapitulasi Hasil Kuesioner <i>post -tour</i>	47
Tabel 4.8 Tabel hasil Uji T-test <i>On-tour</i>	51
Tabel 4.9 Tabel hasil Uji T-test <i>Post-tour</i>	55

DAFTAR GAMBAR

Gambar 3.1 Rumus T-Test	32
Gambar 4.1 Alamat PT Atourin Teknologi Nusantara	34
Gambar 4.2 Logo PT Atourin Teknologi Nusantara	36
Gambar 4.3 Struktur Organisasi	36

ABSTRAK

Masa pandemi membuat banyak perubahan terjadi pada dunia Pariwisata Indonesia, kondisi yang serba keterbatasan membuat para pelaku wisata harus mampu menyesuaikan dengan kondisi yang ada dengan membuat pengembangan baru terhadap pelaksanaan wisata yang dapat wisatawan lakukan selama pandemik tersebut salah satunya mengadakan wisata virtual. Hal inilah yang melatarbelakangi penulis dalam menulis skripsi berjudul “RESPON KONSUMEN TERHADAP PENERAPAN *VIRTUAL TOUR* DI PT ATOURIN TEKNOLOGI NUSANTARA”. Penelitian ini dilakukan demi mencapai tujuan untuk mendeskripsikan hasil uji dari Respon Konsumen terhadap penerapan *Virtual tour* di PT. Atourin Teknologi Nusantara, Jakarta.

Penelitian ini merupakan penelitian deskriptif kuantitatif dengan mengambil sampel sebanyak 112 responden berdasarkan dari seluruh jumlah populasi konsumen PT. Atourin Teknologi Nusantara yang membeli paket *virtual tour*. Instrumen yang digunakan untuk mendukung data – data yang ada adalah menggunakan kuesioner yang dibagikan kepada seluruh konsumen dengan berdasarkan tanggapan terhadap *on-tour* dan *post – tour*. Adapun metode analisis untuk menguji respon konsumen terhadap penerapan *virtual tour* menggunakan uji T-Test satu sampel.

Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa terdapat respon positif terhadap penerapan *virtual tour* tersebut. Hal tersebut dibuktikan dengan hasil uji T-Test yaitu $T \text{ Tabel} < T \text{ Hitung}$ ($1.658 < 3.608$) dalam *on-tour* maupun hasil T-test pada *post-tour* yang juga menunjukkan hal yang sama $T \text{ Tabel} < T \text{ Hitung}$ ($1.658 < 4.628$). Hal ini juga didukung dengan hasil wawancara dan kuesioner yang menunjukkan hasil diatas rata – rata baik.

Kata Kunci : *Respon Konsumen, Virtual Tour*

ABSTRACT

The pandemic period made many changes occur in the world of Indonesian tourism, the limited conditions made tourism actors have to be able to adapt to existing conditions by making new developments for the implementation of tourism that tourists can do during the pandemic, one of which is holding virtual tours. This is what lies behind the author in writing a thesis entitled "CONSUMER RESPONSE TO THE IMPLEMENTATION OF VIRTUAL TOURS IN PT ATOURIN TEKNOLOGI NUSANTARA". This research was conducted in order to achieve the goal of describing the test results of the Consumer Response to the implementation of Virtual tour at PT. Atourin Teknologi Nusantara, Jakarta.

This research is a quantitative descriptive study by taking a sample of 112 respondents based on the entire population of consumers of PT. Atourin Teknologi Nusantara who bought the virtual tour package. The instrument used to support the existing data is using a questionnaire distributed to all consumers based on responses to on-tour and post-tour. The analysis method for testing consumer responses to the implementation of virtual tours uses a one-sample T-Test test.

The results of this study indicate that there is a positive response to the implementation of the virtual tour. This is evidenced by the results of the T-Test, namely $T\text{-Table} < T\text{-Count}$ ($1.658 < 3,608$) in the on-tour and T-test results on the post-tour which also show the same thing. $T\text{-Table} < T\text{-Count}$ ($1.658 < 4.628$). This is also supported by the results of interviews and questionnaires which show results above the average good.

Keywords: *Consumer Response, Virtual Tour*

BAB I

PENDAHULUAN

A. Latar Belakang

Pariwisata berasal dari dua kata, yakni *Pari* dan *Wisata*. *Pari* dapat diartikan sebagai banyak, berkali-kali, berputar-putar atau lengkap. Sedangkan *wisata* dapat diartikan sebagai perjalanan atau bepergian yang dalam hal ini sinonim dengan kata "*travel*" dalam bahasa Inggris. Pariwisata merupakan salah satu industri yang sangat menjanjikan di Indonesia. Pariwisata merupakan sektor yang ikut berperan penting dalam usaha peningkatan pendapatan. Indonesia merupakan negara yang memiliki keindahan alam dan keanekaragaman budaya, sehingga perlu adanya peningkatan sektor pariwisata. Hal ini dikarenakan pariwisata merupakan sektor yang dianggap menguntungkan dan sangat berpotensi untuk dikembangkan sebagai salah satu aset yang di gunakan sebagai sumber yang menghasilkan bagi Bangsa dan Negara.

Pasca pandemi Covid-19, hal ini tidak terlepas dari munculnya pola perilaku baru di masyarakat yang lebih memerhatikan kesehatan dan keselamatan. Sejak kasus Covid-19 pertama di Indonesia ditemukan pada 2 Maret 2020, industri pariwisata Nusantara masih belum mengalami perubahan yang signifikan. Salah satu perubahan yang mungkin paling terlihat adalah pergeseran pola wisata menjadi *touchless*. Pasalnya, meskipun destinasi dan tempat publik mempunyai protokol kebersihan yang ketat, masih ada risiko infeksi yang tinggi. Mulai dari perubahan

perilaku. wisatawan yang biasanya untuk melaksanakan wisata dapat mendatangi tempat wisata secara langsung untuk melaksanakan kegiatan wisatanya namun saat ini wisatawan telah mengalami perubahan perilaku dimana kegiatan berwisata dapat dilakukan semua serba digital sampai kegiatan wisata pun saat ini sudah dapat diakses secara gampang dan serba digital. Hal ini menyebabkan wisatawan dan pelaku wisata harus dapat bersama – sama menyesuaikan dengan kondisi saat ini.

Konsumen merupakan pijakan yang menjadi dasar kesuksesan daripada perusahaan itu sendiri. Perusahaan juga akan menjadikan konsumen sebagai tolak ukur dalam pengambilan keputusan kebijakan manajemen dalam perusahaannya. Hidup dan mati suatu perusahaan berdasarkan dari tanggapan konsumen tersebut akan produk perusahaannya. Jika konsumen dapat memberikan respon positif terhadap produk perusahaan dan memutuskan untuk setia pada perusahaan maka, dapat diartikan bahwa perusahaan tersebut akan mampu untuk bertahan. Sebaliknya, jika tidak ada respon positif dari konsumen maka konsumen cenderung akan pergi meninggalkan produk tersebut dan akan beralih ke perusahaan lain, dengan kata lain perusahaan gagal dalam mempertahankan pengembangannya. Perkembangan terkini dalam teknologi digital juga telah mempengaruhi perilaku konsumen, khususnya generasi Y dan Z di Indonesia.

Perubahan perilaku konsumen ini juga terjadi dalam aktivitas pariwisata. Saat ini, kegiatan pariwisata dari kaum milenial hampir selalu

terhubung ke media sosial mereka masing-masing. Kondisi ini tidak terlepas dari adanya pengaruh globalisasi terhadap pariwisata. Perusahaan perlu menerapkan strategi yang tepat untuk mendapatkan pangsa pasar. Apalagi dalam masa pandemi saat ini perusahaan dipaksa untuk melakukan penyesuaian terhadap keadaan yang ada berlaku untuk semua pelaku usaha khususnya Pariwisata maka dapat disimpulkan bahwa keadaan tersebut akan membuat para pelaku usaha dan pelaku wisata didalamnya akan menghadapi tantangan yang sangat besar untuk mendapatkan pangsa pasar dari pesaingnya agar tetap dapat mampu bertahan dalam keadaan yang saat ini terjadi. Potensi pengguna internet Indonesia yang semakin naik dari tahun ke tahun tentunya merupakan suatu lahan basah untuk mendirikan sebuah perusahaan yang berbasis teknologi dalam pengembangannya & melihat bagaimana Dunia Pariwisata sempat mengalami masa terpuruknya sejak pandemic Covid-19 yang secara tidak sadar mulai mengubah semua perilaku wisatawan menjadi era-digital. Melihat pada kondisi Dunia Pariwisata saat ini, konsep product development dinilai mampu menjadi strategi yang baik dan minimal resiko bagi para pelaku usaha. Didukung dengan teknologi informasi yang semakin mulai dapat diperhitungkan, hal ini dapat dimanfaatkan sebagai media pengembangan tersebut dimana perilaku wisatawan juga sudah mengalami revolusi dimana semua menjadi serba digital. Salah satu bentuk dari adanya usaha pengembangan produk tersebut adalah adanya penerapan *Virtual Tour* saat ini. Hanya dengan menggunakan media elektronik dan aplikasi tertentu wisatawan dapat

melaksanakan kegiatan wisata mereka melalui virtual. Dengan perkembangan teknologi informasi saat ini, dapat membantu masyarakat untuk memperoleh informasi menjadi lebih mudah. Salah satunya dengan pengemasan teknologi informasi dalam bentuk multimedia, multimedia merupakan piranti presentasi dan penjualan yang sangat efektif. Hal ini dikarenakan perkembangan teknologi yang semakin hari semakin pesat, sehingga memunculkan banyak inovasi baru dari teknologi. Salah satu inovasi yang dapat kita jumpai saat ini yaitu *Virtual Tour* yaitu, penyampaian informasi tentang lokasi dari suatu daerah atau tempat dengan *Virtual Tour*. Konsep virtual ini dapat dijadikan menjadi salah satu bentuk pengembangan produk dengan mengubah konsep wisata yang segala pelaksanaannya pada umumnya dilakukan secara langsung namun dengan adanya pengembangan konsep wisata sekarang mampu dikemas menjadi virtual atau dilaksanakan tidak langsung dengan menggunakan media teknologi yang saat ini bisa dengan mudah di akses dari berbagai belahan dunia. Dalam usaha pariwisata, konsumen merupakan salah satu komponen penting dalam perkembangan suatu usaha tersebut, maka tingkat kepuasan konsumen menjadi salah satu hal yang penting bagi pengusaha pariwisata.

PT. Atourin Teknologi Nusantara, sebuah perusahaan perintis yang dibangun pada tahun 2018 yang fokus bergerak di bidang teknologi Pariwisata dengan visi perusahaan untuk memajukan industri pariwisata Indonesia dan berkontribusi meningkatkan perekonomian Indonesia melalui implementasi teknologi serta menjadi perusahaan teknologi

pariwisata raksasa di Indonesia dan kawasan regional. PT. Atourin Teknologi Nusantara adalah salah satu dari pilar yang membantu memajukan Pariwisata dalam bidang teknologi bersama dengan para pelaku wisata dan pemerintahan, yang ikut mendapatkan tantangan besar dalam pengembangan usaha dan tujuannya melihat dari para pesaing yang sudah bergerak dibidang pariwisata lebih dulu dinilai masih dapat bertahan di dalam persaingan bisnis yang semakin hari semakin menunjukkan seleksi alam-nya masing masing. Oleh karena itu, strategi pemasaran pariwisata yang dilakukan PT. Atourin Teknologi Nusantara sangat menentukan posisi perusahaan dalam lingkup persaingan dalam memajukan Pariwisata Indonesia kembali.

Berdasarkan pengamatan dari latar belakang tersebut, maka penulis tertarik untuk menjadikan penerapan virtual tour pada PT. Atourin Teknologi Nusantara sebagai topik penelitian dalam penyusunan proposal dengan judul “RESPON KONSUMEN TERHADAP PENERAPAN VIRTUAL TOUR DI PT. ATOURIN TEKNOLOGI NUSANTARA”

B. Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang di atas, model pemasaran pada pandemi sangat efektif jika memberi informasi produk kepada calon konsumen adalah melalui *virtual tour*. Persoalan yang muncul adalah tentang bagaimana respon calon konsumen terhadap pelaksanaan virtual. Hal tersebut merupakan salah satu bagian untuk memberikan kepuasan kepada konsumen ketika suatu saat melakukan pembelian produk tersebut di PT.

Atourin Teknologi Nusantara sehingga dapat mudah dalam pengambilan keputusan.

Berdasarkan uraian di atas maka rumusan masalah yang peneliti kemukakan dirumuskan sebagai berikut :

1. Bagaimana respon calon konsumen terhadap pelaksanaan virtual on tour yang di salenggarakan oleh PT. Atourin Teknologi Nusantara?
2. Bagaimana respon calon konsumen terhadap pelaksanaan virtual post tour yang di salenggarakan oleh PT. Atourin Teknologi Nusantara?

C. Batasan Masalah

Berdasarkan rumusan masalah di atas, maka pembahasan masalah dalam proposal penelitian ini akan dibatasi pada :

1. Penelitian hanya dilakukan di PT. Atourin Teknologi Nusantara dan untuk PT Atourin Teknologi Nusantara.
2. Kuisisioner yang digunakan akan diambil berdasarkan data konsumen yang pernah menggunakan jasa dan layanan PT Atourin Teknologi Nusantara terutama konsumen yang pernah menggunakan jasa *virtual tour*.
3. Menggunakan hasil wawancara dengan pihak terkait PT Atourin Teknologi yaitu *owner* atau para *tour guide* dan beberapa perwakilan dari peserta *virtual tour*.

D. Tujuan Masalah

Berdasarkan rumusan yang masalah yang telah penulis sampaikan, maka dapat disimpulkan bahwa tujuan masalah berikut adalah :

1. Bagaimana respon calon konsumen terhadap pelaksanaan virtual on tour yang di salenggarakan oleh PT. Atourin Teknologi Nusantara?
2. Bagaimana respon calon konsumen terhadap pelaksanaan virtual post tour yang di salenggarakan oleh PT. Atourin Teknologi Nusantara?

E. Manfaat Penelitian

Dalam penelitian ini, penerima manfaat utama PT. Atourin Teknologi Nusantara. Dimana peneliti akan mengidentifikasi sejauh mana respon konsumen terhadap penerapan *virtual tour* di PT. Atourin Teknologi Nusantara, berikut ini merupakan manfaat yang didapat oleh berbagai pihak terkait :

- a) Bagi PT. Atourin Teknologi Nusantara

Manfaat bagi PT. Atourin Teknologi Nusantara yaitu untuk mengetahui bagaiman respon konsumen mereka terhadap penerapan *virtual tour* yang ada di PT. Atourin untuk menjadi acuan kedepannya bagi perusahaan.

- b) Bagi Lembaga STP AMPTA Yogyakarta

Bagi lembaga STP AMPTA Yogyakarta turut mendukung kinerja dosen serta menjadi bahan rujukan untuk menyusun pembelajaran terutama pada jurusan usaha jasa perjalanan wisata yang salah satunya juga mempelajari mengenai strategi pemasaran wisata.

c) Bagi Peneliti

Memberikan wawasan keilmuan pariwisata khususnya di dibidang pemasaran pariwisata mengenai bagaimana seorang pelaku usaha pariwisata menyusun strategi untuk pemasaran dan pengembangannya, khususnya dalam penerapan virtual tour yang baik.