

## **BAB V**

### **PENUTUP**

#### **A. Kesimpulan**

Berdasarkan hasil penelitian yang telah dilakukan di PT. Atourin Teknologi Nusantara mengenai respon konsumen terhadap penerapan *virtual tour*, maka dapat ditarik kesimpulan yaitu, berdasarkan hasil uji hipotesa T-Test satu sampel terhadap instrument penelitian berupa kuesioner yang dibagikan berdasarkan dua topik yaitu *on-tour* dan *post-tour* kepada konsumen memberi hasil bahwa terdapat respon positif terhadap penerapan *virtual tour* tersebut dibuktikan dengan  $T \text{ Hitung} > T \text{ tabel}$  ( $3.608 > 1.658$ ) pada kuesioner *on-tour* dan pada *post-tour* juga  $T \text{ Hitung} > T \text{ tabel}$  ( $4.628 > 1.658$ ). Jadi dapat disimpulkan bahwa respon yang dihasilkan oleh konsumen pada *virtual tour* ini positif.

Berdasarkan rekap instrument penelitian berupa kuesioner yang diberikan pada konsumen juga menghasilkan banyak skor 3 (tiga) sebagai rata-rata yang dapat diartikan bahwa tanggapan responden juga positif terhadap penerapan *virtual tour* ini.

#### **B. Saran**

Berdasarkan hasil analisis dan kesimpulan yang didapat dalam melaksanakan penelitian ini, maka saran yang dapat diberikan dalam penelitian ini adalah sebagai berikut.

### 1) Bagi Perusahaan

Berdasarkan hasil penelitian, maka saran yang dapat diberikan sebagai berikut :

- a. Dalam penelitian ini penulis menuliskan hasil kuesioner berbentuk rekapitulasi yang dapat dijadikan pedoman bagi PT. Atourin Teknologi Nusantara dalam melihat dalam hal apa yang dinilai perlu dibenahi dan mana yang perlu dipertahakannya pelaksanaannya.
- b. Manajemen PT. Atourin Teknologi Nusantara dapat memberikan evaluasi berkala terhadap pihak – pihak yang bersangkutan dalam pelaksanaan *virtuak tour* melihat hasil rekapitan penulis dalam kuesioner masih terdapat skor 1 dan 2 yang dinilai bahwa itu masih jauh dibanding baik atau kurang bahkan tidak baik

## DAFTAR PUSTAKA

- Abdullah, T. & Francis T. (2012). *Manajemen Pemasaran*. Jakarta: PT Rajagrafindo Persada
- Arikunto, Suharsimi. (2012). *Prosedur Penelitian Suatu Pendekatan Praktek*. Jakarta: Rineka Cipta
- A.Z.Nasution. (2017). *Hukum Perlindungan Konsumen Suatu Pengantar*. Jakarta: Diadit Media.
- Buchari Alma. (2012). *Consumer Behaviour and Marketing Strategy*. 2ndEd. John Willey & Son, New York
- Charles E, Bamfor. (2010). *Strategy: Sustainable Advance and Performance*. Canada: South Western Cengage Learning.
- Gunawan, Imam. (2013). *Metode penelitian kualitatif*. Jakarta: Bumi Aksara
- Hurriyati, Ratih. 2010. *Bauran Pemasaran dan Loyalitas Konsumen*. Jakarta: Alfabeta.
- Kasmadi dan Sunariah, Nia Siti. 2014. *Panduan Modern Penelitian Kuantitatif*. Alfabeta. Bandung.
- Kotler, P. & Keller, K.L. 2012. *Manajemen Pemasaran*. Jilid I Edisi ke 12. Jakarta: Erlangga.
- Rahmawati. (2016). *Manajemen Pemasaran*. Jakarta : Gramedia
- Schiffman, L.G., & Kanuk, L.L. (2010). *Consumer Behaviour* (10th ed). New Jersey, Pearson Prentice Hal
- Sandu Siyoto & M. Ali Sodik. (2015). *Dasar metodologi penelitian*. Yogyakarta: Katalog Dalam Terbitan Suryabrata,
- Sugiyono. 2010. *Metode Penelitian Pendidikan Pendekatan Kuantitatif, kualitatif, dan R&D*. Bandung: Alfabeta
- \_\_\_\_\_. 2017. *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif dan R&D*. Bandung: Alfabeta
- \_\_\_\_\_. 2018. *Metode Penelitian Kuantitatif*. Bandung: Alfabeta.
- Sujarweni, V. Wiratna. 2015. *Statistik untuk Bisnis dan Ekonomi*. Yogyakarta: Pustaka Baru
- Sumadi. 2008. *Metodologi Penelitian*. Jakarta: Raja Grafindo Persada. Press.

- Sunyoto (2014). *Manajemen Pemasaran, Jilid 1 dan 2*. Jakarta: PT. Indeks Kelompok Gramedia.
- Tjiptono, Fandy dan Anastasia Diana. 2013. *Total Quality Manajemen*. Edisi Revisi. Andy: Yogyakarta
- \_\_\_\_\_. 2010, *Strategi Pemasaran*, Edisi 2, Andi Offset, Yogyakarta.
- Yusuf, Muri. (2014). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif dan Penelitian Gabungan*. Jakarta: Kencana
- Dianto G. Thomas, Sherwin R. U. A. Sompie, Brave A. Sugiarto. 2018. *Virtual Tour Sebagai Media Promosi Interaktif Penginapan Di Kepulauan Bunaken*. Teknik Informatika Universitas Sam Ratulangi
- Mulyadi, M. (2011). Penelitian kuantitatif dan kualitatif serta pemikiran dasar menggabungkannya. *Jurnal studi komunikasi dan media*, 15(1),
- Mustafa, Santiadji, dkk. 2010. Analisis Faktor–Faktor Yang Berpengaruh Terhadap Keterandalan Dan Ketepatan Waktu Pelaporan Keuangan Pada SKPD Pemerintah Daerah Kota Kendari. *Jurnal Akuntansi*. Diunduh dari <http://elibrary.ub.ac.id/bitstream/123456789/32830/2.pdf>.
- Mustari, M., & Rahman, M. T. (2012). *Pengantar Metode Penelitian*.
- Nugroho, F. (2011). Pengaruh Citra Merek dan Kepuasan Pelanggan Terhadap Loyalitas Pelanggan. *Jurnal Manajemen Pemasaran*, vol.2, no.2, h 90-102.

## DAFTAR LAMPIRAN

### Lampiran 1

Rekapitulasi hasil kuesioner pada penyelenggaraan kegiatan *on-tour* :

Responden	Butir Pertanyaan												TOTAL
	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11	12	
1	1	3	4	1	4	1	4	3	1	3	3	4	32
2	3	3	4	4	4	1	4	1	4	4	4	4	40
3	1	2	4	4	4	3	4	4	4	4	3	3	40
4	1	3	4	1	4	1	4	3	1	3	3	4	32
5	4	3	1	4	4	3	4	3	3	3	4	3	39
6	1	1	1	4	4	1	3	4	3	4	3	4	33
7	3	4	4	3	1	1	4	1	4	4	4	2	35
8	1	3	4	1	4	1	4	3	1	3	3	4	32
9	4	4	1	4	1	1	4	1	3	4	4	4	35
10	1	2	3	1	4	1	4	3	3	4	2	4	32
11	4	3	4	4	4	3	1	2	1	4	2	4	36
12	4	2	3	4	4	3	4	4	4	4	3	4	43
13	1	3	4	1	4	1	4	3	1	3	3	4	32
14	1	2	3	1	4	1	4	3	3	4	2	4	32
15	3	3	4	3	4	1	4	4	3	3	3	4	39
16	4	3	4	4	3	2	4	3	3	4	3	4	41
17	3	2	3	3	3	1	4	4	3	2	3	4	35
18	4	2	4	3	4	3	4	3	4	3	3	4	41
19	4	3	4	3	3	2	4	4	2	4	4	4	41
20	3	3	4	2	3	3	4	4	4	3	4	4	41
21	3	3	4	4	4	3	4	3	3	4	2	2	39
22	4	1	3	4	3	4	4	3	4	4	4	2	40
23	3	3	3	4	4	3	4	3	4	3	2	2	38
24	4	2	4	3	4	4	3	4	2	2	4	2	38
25	4	3	3	3	3	2	4	3	4	2	3	4	38
26	4	2	4	3	4	3	4	4	4	4	3	2	41
27	4	1	3	2	4	2	3	4	2	2	3	2	32
28	1	2	4	1	2	2	1	3	1	1	3	2	23
29	4	3	4	4	4	3	3	3	3	4	2	4	41
30	4	3	4	4	3	4	4	3	4	4	3	4	44
31	1	2	4	1	4	2	1	3	1	1	1	2	23
32	3	4	4	4	3	4	4	3	4	4	3	4	44
33	4	3	3	4	3	3	4	4	3	4	2	4	41
34	3	2	3	1	2	4	4	3	4	2	3	4	35
35	3	2	3	3	1	3	3	3	4	4	2	4	35

36	1	2	3	4	1	3	4	4	2	2	3	3	32
37	1	2	3	1	4	1	4	3	3	4	2	4	32
38	1	2	4	1	4	2	1	3	1	1	3	2	25
39	1	2	4	1	4	2	1	3	1	1	3	2	25
40	4	2	3	4	4	4	4	3	4	4	4	4	44
41	3	3	3	4	4	3	4	3	4	4	4	4	43
42	4	2	4	3	4	4	4	4	4	4	4	4	45
43	4	3	3	3	4	2	4	3	4	4	3	4	41
44	4	2	4	3	4	3	4	4	4	4	3	4	43
45	4	2	3	4	4	3	4	4	4	4	3	4	43
46	3	3	4	3	4	3	4	3	4	4	3	4	42
47	4	1	3	2	4	2	3	4	2	2	3	2	32
48	3	1	4	3	4	2	4	3	4	4	3	4	39
49	4	3	3	2	4	3	4	4	4	4	3	4	42
50	3	2	4	3	4	3	4	4	4	4	3	4	42
51	4	3	3	3	4	4	4	4	4	4	3	4	44
52	3	2	3	4	4	3	4	4	4	4	3	4	42
53	4	3	1	4	2	4	2	2	4	4	4	4	38
54	3	2	4	2	3	3	3	3	4	2	4	4	37
55	2	2	1	3	4	3	2	1	4	2	3	2	29
56	4	3	2	3	1	3	3	2	2	2	3	2	30
57	3	2	2	4	4	4	3	4	4	4	3	4	41
58	2	3	3	2	1	2	3	2	3	4	1	1	27
59	2	2	2	4	4	2	4	3	3	2	3	2	33
60	1	2	4	1	4	2	1	3	1	1	3	2	25
61	2	4	2	2	3	4	3	3	1	1	4	1	30
62	2	3	2	2	1	2	2	2	3	4	1	1	25
63	3	2	2	4	4	4	3	4	4	4	3	4	41
64	4	3	4	4	4	3	4	3	4	4	3	4	44
65	4	3	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	47
66	3	3	4	4	3	3	4	3	4	4	4	4	43
67	3	3	4	3	4	3	4	3	4	4	3	4	42
68	4	3	4	3	4	3	4	3	4	4	3	4	43
69	3	2	4	3	4	3	4	3	4	4	3	4	41
70	1	2	3	1	4	2	1	3	1	1	3	2	24
71	3	4	4	3	4	3	4	4	3	4	3	4	43
72	4	3	4	3	4	4	2	2	2	2	4	4	38
73	3	4	4	4	2	4	4	3	3	4	4	4	43
74	1	2	4	1	4	2	1	3	1	1	3	2	25
75	4	4	4	4	2	3	4	3	4	4	3	4	43
76	3	4	4	4	4	3	4	3	3	4	3	4	43
77	3	3	4	3	4	4	4	4	3	4	3	2	41
78	1	2	4	1	4	2	1	3	1	1	3	2	25

79	1	2	3	1	4	2	1	3	1	1	3	4	26
80	4	3	4	3	4	4	4	3	4	4	3	4	44
81	1	2	3	1	4	2	1	3	1	1	3	2	24
82	2	2	2	4	4	2	4	3	3	2	3	2	33
83	3	4	3	3	3	3	4	4	4	4	4	4	43
84	3	4	4	4	3	3	4	3	4	4	3	4	43
85	3	3	3	4	4	4	4	4	4	4	4	4	45
86	3	4	4	3	4	3	4	4	4	4	3	4	44
87	4	3	4	3	4	4	4	4	3	4	4	4	45
88	1	2	4	1	4	2	1	3	1	1	2	2	24
89	4	3	3	4	4	3	4	3	3	4	3	4	42
90	4	4	4	4	4	3	4	3	4	4	3	4	45
91	1	2	4	1	4	2	1	3	1	1	3	2	25
92	2	3	3	2	1	2	3	2	3	4	1	1	27
93	1	4	4	2	4	2	2	1	2	4	1	1	28
94	3	3	4	4	4	4	4	3	3	4	2	4	42
95	1	2	3	1	4	2	1	3	1	1	3	2	24
96	3	3	3	4	4	4	4	3	4	4	3	4	43
97	2	2	2	4	4	2	4	3	3	2	2	2	32
98	3	3	3	3	2	3	4	3	4	4	3	4	39
99	1	2	3	1	2	2	1	3	1	1	3	2	22
100	4	3	2	3	4	2	3	3	4	4	3	4	39
101	2	3	3	2	1	2	3	2	3	4	1	1	27
102	4	2	1	4	4	2	3	2	4	4	3	4	37
103	4	2	1	3	4	4	4	3	4	4	3	4	40
104	4	2	3	4	4	3	4	4	1	1	3	4	37
105	1	3	3	4	2	4	2	3	2	4	3	1	32
106	4	3	4	2	2	2	4	2	2	4	3	2	34
107	4	2	4	3	4	3	4	3	4	4	2	4	41
108	1	3	4	1	4	1	4	3	1	3	3	4	32
109	4	3	4	4	2	4	4	3	4	4	3	4	43
110	1	2	3	1	4	2	1	3	1	1	3	2	24
111	4	3	4	4	2	3	4	4	4	3	3	4	42
112	2	2	2	4	4	2	4	3	3	2	3	1	32
TOTAL													4080

## Lampiran 2

Rekapitulasi hasil kuesioner pada penyelenggaraan kegiatan *post-tour* :

Responden	Butir Pertanyaan													TOTAL
	13	14	15	16	17	18	19	20	21	22	23	24	25	
1	4	3	1	1	4	3	4	3	3	1	3	1	1	32
2	2	3	1	2	2	1	3	3	2	1	3	1	1	25
3	3	1	2	4	4	4	3	4	4	4	4	3	3	43
4	3	1	3	4	1	4	1	4	3	1	3	3	4	35
5	4	3	2	4	1	3	1	3	3	4	3	4	1	36
6	4	3	2	2	1	3	3	3	3	3	1	3	2	33
7	4	3	4	3	1	3	3	4	1	4	3	3	4	40
8	4	3	1	3	1	4	4	3	3	3	1	4	2	36
9	3	2	4	3	4	4	4	4	1	4	3	2	2	40
10	3	2	3	1	2	4	4	3	4	2	3	4	4	39
11	3	2	3	3	1	3	3	3	4	4	3	4	4	40
12	1	2	3	4	1	3	4	4	2	2	3	3	2	34
13	1	2	3	1	4	1	4	3	3	4	2	4	2	34
14	4	2	3	4	3	4	3	4	4	2	2	3	4	42
15	3	3	4	3	4	1	4	1	4	4	2	3	4	40
16	4	3	4	4	3	2	4	3	4	4	2	4	2	43
17	3	2	3	3	4	2	3	4	4	4	3	3	2	40
18	4	2	1	3	4	3	1	3	4	3	2	3	4	37
19	4	3	4	3	4	2	3	1	4	2	4	4	2	40
20	3	3	4	4	4	1	4	1	4	4	4	4	2	42
21	1	2	4	4	4	3	4	4	4	4	3	3	4	44
22	1	3	4	1	4	1	4	3	1	3	3	4	2	34
23	4	3	1	4	4	3	4	3	3	3	4	3	3	42
24	1	1	1	4	4	1	3	4	3	4	3	4	4	37
25	3	4	4	3	1	1	4	1	4	4	4	2	4	39
26	4	4	4	3	4	3	3	3	3	4	4	3	3	45
27	4	4	1	4	1	1	4	1	3	4	4	4	4	39
28	3	1	4	3	2	3	4	2	4	4	3	2	2	37
29	4	3	2	4	4	4	3	2	2	3	3	4	3	41
30	4	3	4	4	3	4	3	2	4	4	3	4	1	43
31	4	4	3	4	4	4	4	3	3	4	3	4	4	48
32	3	4	4	4	3	4	4	3	4	4	1	3	2	43
33	4	3	3	4	3	3	4	4	3	4	3	4	4	46
34	4	4	4	4	4	4	4	3	3	4	1	4	3	46
35	4	3	3	4	4	4	4	1	3	4	3	4	4	45
36	3	3	3	4	3	3	4	3	3	4	3	4	4	44
37	4	3	4	3	4	3	4	4	3	4	1	2	3	42



38	3	3	4	4	3	4	4	3	4	4	4	4	4	48
39	3	3	4	4	4	4	4	3	4	4	2	2	2	43
40	4	1	3	4	4	4	4	3	4	4	4	2	2	43
41	3	3	3	4	3	3	4	3	4	4	2	2	3	41
42	4	2	4	3	4	4	3	4	2	2	4	2	3	41
43	4	3	3	3	4	2	4	3	4	2	3	4	3	42
44	4	2	4	3	3	3	4	4	4	4	3	2	3	43
45	4	1	3	2	4	2	3	4	2	2	3	2	4	36
46	3	1	4	3	4	2	4	3	4	4	3	4	2	41
47	4	3	3	4	4	3	3	2	4	2	3	3	4	42
48	1	3	4	3	4	3	2	3	1	4	3	4	4	39
49	4	3	3	2	4	3	4	4	2	2	3	2	2	38
50	3	2	4	3	2	2	2	4	4	4	3	3	3	39
51	4	3	3	3	3	4	2	4	2	4	3	2	4	41
52	3	2	3	4	2	3	2	4	2	4	3	3	3	38
53	3	2	1	2	3	3	4	1	4	2	3	1	1	30
54	4	3	4	4	4	1	1	2	3	4	3	4	3	40
55	3	4	3	4	3	3	4	3	4	4	3	4	4	46
56	3	4	4	3	4	4	4	2	3	4	4	2	4	45
57	4	3	4	4	3	3	3	2	3	4	4	4	4	45
58	4	3	3	3	4	4	4	3	3	2	2	2	2	39
59	4	3	4	4	4	3	1	3	4	3	4	2	4	43
60	2	4	2	2	3	4	3	3	1	1	4	1	3	33
61	4	1	4	4	4	3	3	2	1	2	3	4	4	39
62	2	4	3	4	4	2	4	1	2	4	4	3	4	41
63	4	4	4	3	2	2	4	1	4	4	4	4	4	44
64	3	3	4	4	1	3	4	3	4	2	3	4	2	40
65	4	3	1	4	2	4	2	2	4	4	3	4	2	39
66	3	2	4	2	3	3	3	3	4	2	4	4	4	41
67	2	2	1	3	4	3	2	1	4	2	3	2	2	31
68	4	3	2	3	1	3	3	2	2	2	3	2	1	31
69	3	2	4	3	2	3	3	3	4	2	3	4	4	40
70	4	3	4	3	3	3	4	2	2	4	3	4	2	41
71	3	2	2	4	2	1	3	1	2	2	3	4	3	32
72	2	2	2	3	2	1	1	2	4	2	1	4	2	28
73	4	3	4	3	1	2	4	3	3	4	3	4	3	41
74	3	1	4	3	2	3	4	2	4	4	2	2	4	38
75	4	3	2	4	4	4	3	2	2	3	3	4	4	42
76	4	2	4	4	3	3	4	1	4	4	3	2	3	41
77	4	2	2	3	4	4	3	1	4	2	4	4	4	41
78	4	3	2	3	4	4	4	2	4	2	2	3	4	41
79	3	2	4	3	3	4	3	3	4	3	1	4	4	41
80	3	3	4	3	4	4	4	3	4	4	1	4	1	42

81	3	2	2	4	4	4	3	4	4	4	3	4	1	42
82	4	1	3	2	3	2	3	4	2	2	3	2	4	35
83	3	1	4	3	4	2	4	3	4	4	3	4	4	43
84	3	4	2	4	2	3	4	3	3	4	3	4	4	43
85	2	3	3	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	48
86	3	4	4	3	4	3	4	4	3	4	3	4	4	47
87	4	3	4	3	4	4	2	2	2	2	4	4	4	42
88	3	4	4	4	2	4	4	3	3	4	4	4	3	46
89	4	3	3	4	4	3	4	3	3	4	3	4	3	45
90	4	4	4	4	2	3	4	3	4	4	3	4	4	47
91	3	4	4	4	4	3	4	3	3	4	3	4	4	47
92	3	3	3	3	4	4	4	4	3	4	3	2	2	42
93	1	4	4	2	4	2	2	1	2	4	1	1	4	32
94	2	3	3	2	1	2	3	2	3	4	1	1	2	29
95	3	3	3	4	2	4	3	3	3	4	3	4	4	43
96	1	3	3	4	2	4	2	3	2	4	3	1	1	33
97	4	3	4	2	2	2	4	2	2	4	3	2	4	38
98	4	2	3	3	4	3	4	3	4	4	2	4	4	44
99	2	2	2	4	4	2	4	3	3	2	3	2	2	35
100	2	2	4	4	2	3	2	3	4	4	3	2	4	39
101	1	1	3	2	1	4	2	4	3	1	3	4	1	30
102	2	3	4	2	2	1	1	3	2	4	1	2	1	28
103	4	4	3	2	2	4	4	4	4	2	4	4	4	45
104	3	3	3	4	2	2	4	3	3	2	4	4	2	39
105	3	4	2	2	4	3	4	3	4	4	2	4	2	41
106	2	2	1	4	1	1	2	3	3	2	2	1	3	27
107	4	3	2	3	4	2	3	3	4	4	3	4	4	43
108	3	1	4	3	4	2	2	2	4	1	4	4	3	37
109	3	2	1	4	4	4	4	3	4	4	2	4	4	43
110	3	2	1	3	4	4	4	3	4	4	3	4	3	42
111	4	2	4	4	4	3	4	4	1	1	2	4	4	41
112	1	2	3	1	4	2	1	3	1	1	3	2	2	26
TOTAL														4438

### Lampiran 3

Tabel hasil uji t-test *on-tour* :

Responden	TOTAL	X-MEAN	(X-MEAN) <sup>2</sup>
1	32	-4.5000	20.25000
2	40	3.5000	12.25000
3	40	3.5000	12.25000
4	32	-4.5000	20.25000
5	39	2.5000	6.25000
6	33	-3.5000	12.25000
7	35	-1.5000	2.25000
8	32	-4.5000	20.25000
9	35	-1.5000	2.25000
10	32	-4.5000	20.25000
11	36	-0.5000	0.25000
12	43	6.5000	42.25000
13	32	-4.5000	20.25000
14	32	-4.5000	20.25000
15	39	2.5000	6.25000
16	41	4.5000	20.25000
17	35	-1.5000	2.25000
18	41	4.5000	20.25000
19	41	4.5000	20.25000
20	41	4.5000	20.25000
21	39	2.5000	6.25000
22	40	3.5000	12.25000
23	38	1.5000	2.25000
24	38	1.5000	2.25000
25	38	1.5000	2.25000
26	41	4.5000	20.25000
27	32	-4.5000	20.25000
28	23	-13.5000	182.25000
29	41	4.5000	20.25000
30	44	7.5000	56.25000
31	23	-13.5000	182.25000
32	44	7.5000	56.25000
33	41	4.5000	20.25000
34	35	-1.5000	2.25000
35	35	-1.5000	2.25000
36	32	-4.5000	20.25000

37	32	-4.5000	20.25000
38	25	-11.5000	132.25000
39	25	-11.5000	132.25000
40	44	7.5000	56.25000
41	43	6.5000	42.25000
42	45	8.5000	72.25000
43	41	4.5000	20.25000
44	43	6.5000	42.25000
45	43	6.5000	42.25000
46	42	5.5000	30.25000
47	32	-4.5000	20.25000
48	39	2.5000	6.25000
49	42	5.5000	30.25000
50	42	5.5000	30.25000
51	44	7.5000	56.25000
52	42	5.5000	30.25000
53	38	1.5000	2.25000
54	37	0.5000	0.25000
55	29	-7.5000	56.25000
56	30	-6.5000	42.25000
57	41	4.5000	20.25000
58	27	-9.5000	90.25000
59	33	-3.5000	12.25000
60	25	-11.5000	132.25000
61	30	-6.5000	42.25000
62	25	-11.5000	132.25000
63	41	4.5000	20.25000
64	42	5.5000	30.25000
65	44	7.5000	56.25000
66	42	5.5000	30.25000
67	41	4.5000	20.25000
68	42	5.5000	30.25000
69	41	4.5000	20.25000
70	25	-11.5000	132.25000
71	43	6.5000	42.25000
72	37	0.5000	0.25000
73	43	6.5000	42.25000
74	25	-11.5000	132.25000
75	43	6.5000	42.25000
76	43	6.5000	42.25000
77	41	4.5000	20.25000
78	25	-11.5000	132.25000
79	26	-10.5000	110.25000

80	44	7.5000	56.25000
81	24	-12.5000	156.25000
82	33	-3.5000	12.25000
83	43	6.5000	42.25000
84	43	6.5000	42.25000
85	45	8.5000	72.25000
86	44	7.5000	56.25000
87	45	8.5000	72.25000
88	25	-11.5000	132.25000
89	40	3.5000	12.25000
90	45	8.5000	72.25000
91	25	-11.5000	132.25000
92	27	-9.5000	90.25000
93	28	-8.5000	72.25000
94	43	6.5000	42.25000
95	24	-12.5000	156.25000
96	43	6.5000	42.25000
97	33	-3.5000	12.25000
98	43	6.5000	42.25000
99	25	-11.5000	132.25000
100	39	2.5000	6.25000
101	27	-9.5000	90.25000
102	40	3.5000	12.25000
103	40	3.5000	12.25000
104	37	0.5000	0.25000
105	32	-4.5000	20.25000
106	34	-2.5000	6.25000
107	41	4.5000	20.25000
108	32	-4.5000	20.25000
109	45	8.5000	72.25000
110	24	-12.5000	156.25000
111	45	8.5000	72.25000
112	32	-4.5000	20.25000
TOTAL	4088	0	5066.00000
MEAN	36.500		
VARIANS	45.6396		
SIMPANGAN BAKU	6.7557116		

#### Lampiran 4

Contoh kuesioner yang dibagikan kepada konsumen terhadap penyelenggaraan *virtual tour* sedang berlangsung (*on-tour*) dan Contoh kuesioner yang dibagikan kepada konsumen terhadap pelaksanaan *virtual tour* setelah kegiatan berlangsung (*post-tour*)

NO	PERNYATAAN	SKOR			
		SB	B	KB	TB
1	Pelayanan yang ramah selama tur virtual				
2	Kualitas penyajian media selama tur virtual (gambar, video, presentasi, etc)				
3	Atourin melalui pemandu wisata memberikan informasi tentang tujuan wisata dengan jelas dan mudah dipahami				
4	Penyajian tur virtual secara teknis				
5	Kualitas pemandu wisata (pembawaan, penampilaan, dan kemampuan)				
6	Kualitas jaringan internet selama pelaksanaan tur virtual				
7	Petunjuk atau keterangan yang Atourin sampaikan di awal sebelum pelaksanaan tur virtual				
8	Atourin melaksanakan tur virtual tepat waktu tanpa kelebihan atau kekurangan durasi waktu				
9	Pemandu wisata dan tim Atourin dapat menangani kendala yang ada selama tur dengan cepat				
10	Penyajian tur virtual yang interaktif				
11	Pemandu wisata tanggap dalam merespon setiap pernyataan maupun pertanyaan peserta tur virtual				
12	Proses penyajian itinerary (objek wisata, sejarah, <i>performance</i> , kuliner, kegiatan wisata, dan souvenir)				

NO	PERNYATAAN	SKOR			
		SS	S	KS	TS
1	Apakah Atourin sudah mampu menyajikan produk tur virtualnya dengan baik?				
2	Setelah melakukan tur virtual di Atourin pengetahuan saya tentang suatu daerah objek wisata menjadi baik				
3	Harga yang ditetapkan Atourin untuk produk tur virtual terjangkau				
4	Setelah melakukan tur virtual, saya ada keinginan untuk membeli kembali di lain waktu				
5	Jenis - jenis itinerary tur virtual yang disajikan beragam dan unik				
6	Tur virtual membantu saya untuk tetap melakukan kegiatan wisata meskipun disaat pandemic				
7	Tur virtual Atourin mampu memberikan kesan berwisata secara langsung				
8	Pemasaran produk tur virtual Atourin sudah baik sehingga produk mudah di kenal				
9	Tampilan luar produk tur virtual di website maupun media sosial Atourin sudah menarik dimata konsumen				
10	Secara keseluruhan selama pelaksanaan tur virtual, saya merasa puas akan produk tur virtual tersebut?				
11	Dengan adanya produk tur virtual, Atourin lebih dikenal di kalangan masyarakat luas daripada sebelumnya				
12	Setelah melaksanakan tur virtual, saya berkenan untuk merekomendasikan kepada kolega saya				
13	Produk virtual tour yang ditawarkan di website maupun media sosial Atourin objek wisatanya up-to-date				

### Lampiran 5

Contoh pedoman wawancara yang ditujukan untuk konsumen dan Rekapitulasi hasil wawancara terhadap konsumen :

INSTRUMEN WAWANCARA KONSUMEN		
I. <u>Jadwal Wawancara</u> Hari / Tanggal : Jam : Nama :		
NO.	PERTANYAAN	JAWABAN
1	Apa tanggapan anda terhadap bentuk produk baru yaitu tur virtual yang Atourin jual saat masa pandemic?	
2	Setelah melakukan tur virtual bersama Atourin kritik apa yang paling mau anda sampaikan terhadap Atourin ?	
3	Jika anda dapat memberi saran agar pelaksanaan Tur virtual Atourin semakin baik dan menarik, apa bentuk saran tersebut?	
4	Dalam masa pandemic seperti ini tur virtual dapat menjadi salah satu pilihan wisata yang tepat untuk saat ini atau tidak? Alasannya?	
5	Setelah melaksanakan tur virtual hal apa yang paling membuat anda berkesan dan ingin melakukan kembali tur virtual di Atourin?	

INSTRUMEN WAWANCARA KONSUMEN		
I. <u>Jadwal Wawancara</u> Hari / Tanggal : Jumat, 25 November 2020 Jam : 13.00 WIB Nama : Nadhila Syifa		
NO.	PERTANYAAN	JAWABAN
1	Apa tanggapan anda terhadap bentuk produk baru yaitu tur virtual yang Atourin jual saat masa pandemic?	Baik, sangat berinovasi ditengah pandemic seperti ini
2	Setelah melakukan tur virtual bersama Atourin kritik apa yang paling mau anda sampaikan terhadap Atourin ?	Kurang menyajikan objeknya lebih dalam



3	Jika anda dapat memberi saran agar pelaksanaan Tur virtual Atourin semakin baik dan menarik, apa bentuk saran tersebut?	Lebih dikemas secara menarik, kesan nyatanya lebih di tonjolkan
4	Dalam masa pandemic seperti ini tur virtual dapat menjadi salah satu pilihan wisata yang tepat untuk saat ini atau tidak? Alasannya?	Ya, karena sebagai orang yang suka wisata hal ini sangat membantu apalagi pandemic seperti ini masyarakat gampang jenuh maka butuh wisata refreshing meskipun virtual
5	Setelah melaksanakan tur virtual hal apa yang paling membuat anda berkesan dan ingin melakukan kembali tur virtual di Atourin?	Setiap keindahan objek wisatanya, karena kalau secara nyata sulit kita berkunjung kesana karena kendala uang, jadi takjub bisa lihat objek yang belum mampu di tuju oleh kita walupun dari layar

#### INSTRUMEN WAWANCARA KONSUMEN

##### I. Jadwal Wawancara

Hari / Tanggal :Jumat, 25 November 2020

Jam : 13.00 WIB

Nama : Laurentia Levina Chandra

NO.	PERTANYAAN	JAWABAN
1	Apa tanggapan anda terhadap bentuk produk baru yaitu tur virtual yang Atourin jual saat masa pandemic?	Sangat menarik, ditengah 64ersama64 Covid-19 kita dilarang berwisata tapi Atourin punya produk ini membantu sekali
2	Setelah melakukan tur virtual 64ersama Atourin kritik apa yang paling mau anda sampaikan	Lebih kepada penyajian tur

	terhadap Atourin ?	virtualnya menurut saya kurang berkesan karena terlalu singkat dan belum menyeluruh pembahasannya
3	Jika anda dapat memberi saran agar pelaksanaan Tur virtual Atourin semakin baik dan menarik, apa bentuk saran tersebut?	Mungkin kedepannya bisa dibuat secara virtual reality jadi lebih memberi kesan menarik dan media yang digunakan mungkin bisa disediakan lebih baik agar wisatawan yang mendengar dan mengikuti jelas dengan penyajiannya
4	Dalam masa pandemic seperti ini tur virtual dapat menjadi salah satu pilihan wisata yang tepat untuk saat ini atau tidak? Alasannya?	Sangat iya, karena sekarang ini kita sulit keluar apalagi berwisata, sekalipun bisa berwisata tetap terbatas untuk kita berkunjung ke tempat tempat wisata di Indonesia, kendala uang atau waktu. Dengan tur virtual kita hanya menyediakan waktu 2 jam dirumah untuk menyaksikan keindahan wisata dan hanya mengeluarkan uang sebesar 50.000
5	Setelah melaksanakan tur virtual hal apa yang paling membuat anda berkesan dan ingin melakukan kembali tur virtual di Atourin?	Objek objek wisata yang disajikannya menarik – menarik dan jarang diketahui masyarakat jadi dapat menjadi suatu hal yang baru.

### Lampiran 6

Contoh pedoman wawancara yang ditujukan kepada *Tour Guide* yang ada di PT.

Atourin Teknologi Nusantara.

INSTRUMEN WAWANCARA <i>TOUR GUIDE</i>	
I. <u>Jadwal Wawancara</u> Hari / Tanggal : Jam : Nama :	
PERTANYAAN	JAWABAN
Selama pelaksanaan tur virtual, bagaimana tingkat antusias peserta dalam mengikuti kegiatan tersebut ?	
Kendala apa saja yang sering terjadi selama pelaksanaan tur virtual?	
Apakah menurut anda dengan adanya tur virtual ini membantu perkembangan pariwisata dalam masa pandemic ini?	

## Lampiran 7

Rekapitulasi hasil wawancara terhadap tour guide :

INSTRUMEN WAWANCARA <i>TOUR GUIDE</i>	
I. <u>Jadwal Wawancara</u> Hari / Tanggal : Senin, 28 November 2020 Jam : 15.30 WIB Nama : Jack Nathan ( Pemandu Wisata Toba )	
PERTANYAAN	JAWABAN
Selama pelaksanaan tur virtual, bagaimana tingkat antusias peserta dalam mengikuti kegiatan tersebut ?	Beberapa sangat antusias, terutama anak muda yang memang tertarik sekali terhadap kepariwisataan
Kendala apa saja yang sering terjadi selama pelaksanaan tur virtual?	Lebih sering pada sinyal koneksi selama pelaksanaan, karena kita tidak dapat menjamin apalagi Ketika objek yang didatangi masi murni alam biasanya akan sangat susah mendapat sinyal yang memadai.
Apakah menurut anda dengan adanya tur virtual ini membantu perkembangan pariwisata dalam masa pandemic ini?	Iya, terbukti dengan tur virtual ini berhasil menarik perhatian Bapak Sandiaga Uno dan sempat menjadi pembicaraan hangat di Kemenpar.

### Lampiran 8

Contoh pedoman wawancara yang ditujukan kepada *owner* PT. Atourin Teknologi Nusantara dan Rekapitulasi hasil wawancara terhadap *owner* PT. Atourin Teknologi Nusantara :

INSTRUMEN WAWANCARA <i>OWNER</i> PT. ATOURIN TEKNOLOGI NUSANTARA	
I. <u>Jadwal Wawancara</u> Hari / Tanggal : Jam : Nama :	
PERTANYAAN	JAWABAN
Bagaimana pelaksanaan tur virtual di PT Atourin sampai saat ini?	
Secara keseluruhan, apakah pengadaan tur virtual dapat membantu memberikan peningkatan yang signifikan bagi perusahaan selama pandemic?	
Berdasarkan <i>database</i> konsumen tur virtual di PT Atourin, bagaimana tingkat loyalitas mereka terhadap produk tur virtual?	
Sebagai pelaksana tur virtual, perkembangan apa yang paling terlihat atau respon apakah yang paling sering di dapat oleh perusahaan selaku pelaksana tur virtual yang didapatkan dari para konsumen?	

INSTRUMEN WAWANCARA <i>OWNER</i> PT. ATOURIN TEKNOLOGI NUSANTARA	
I. <u>Jadwal Wawancara</u> Hari / Tanggal : Rabu, 16 Desember 2020 Jam : 09.00 WIB Nama : Benarivo Triadi Putra ( CEO )	
PERTANYAAN	JAWABAN
Bagaimana pelaksanaan tur virtual di PT Atourin sampai saat ini?	Cukup baik dan kondusif ditengah pandemi, kami berhasil menjadi salah satu pelaksana tur virtual terbaik di Indonesia dan Asia Pasific
Secara keseluruhan, apakah pengadaan tur virtual dapat membantu memberikan peningkatan yang signifikan bagi perusahaan selama pandemic?	Untuk signifikan, tidak terlalu tapi cukup. Karena tujuan kami memang bukan untuk internal perusahaan namun lebih kepada

	membantu Indonesia yang memang keadaannya sangat memprihatinkan khususnya dalam dunia pariwisata kita.
Berdasarkan <i>database</i> konsumen tur virtual di PT Atourin, bagaimana tingkat loyalitas mereka terhadap produk tur virtual?	Lebih banyak konsumen memilih untuk tetap loyal pada Atourin, kalau dapat saya akumulasikan mungkin sekitar 85% konsumen kami tetap memilih produk tur virtual kami untuk jangka Panjang.
Sebagai pelaksana tur virtual, perkembangan apa yang paling terlihat atau respon apakah yang paling sering di dapat oleh perusahaan selaku pelaksana tur virtual yang didapatkan dari para konsumen?	Respon yang paling kami dapatkan dalam hal ini memang lebih banyak puas terhadap tur virtual ini namun tak sedikit juga yang memberikan kami saran kedepannya melihat memang kami juga membuat produk ini pertama kali.

## Lampiran 9

dk	$\alpha$ untuk Uji Satu Pihak ( <i>one tail test</i> )					
	0,25	0,10	0,05	0,025	0,01	0,005
	$\alpha$ untuk Uji Dua Pihak ( <i>two tail test</i> )					
	0,50	0,20	0,10	0,05	0,02	0,01
1	1,000	3,078	6,314	12,706	31,821	63,657
2	0,816	1,886	2,920	4,303	6,965	9,925
3	0,765	1,638	2,353	3,182	4,541	5,841
4	0,741	1,533	2,132	2,776	3,747	4,604
5	0,727	1,476	2,015	2,571	3,365	4,032
6	0,718	1,440	1,943	2,447	3,143	3,707
7	0,711	1,415	1,895	2,365	2,998	3,499
8	0,706	1,397	1,860	2,306	2,896	3,355
9	0,703	1,383	1,833	2,262	2,821	3,250
10	0,700	1,372	1,812	2,228	2,764	3,169
11	0,697	1,363	1,796	2,201	2,718	3,106
12	0,695	1,356	1,782	2,179	2,681	3,055
13	0,692	1,350	1,771	2,160	2,650	3,012
14	0,691	1,345	1,761	2,145	2,624	2,977
15	0,690	1,341	1,753	2,131	2,602	2,947
16	0,689	1,337	1,746	2,120	2,583	2,921
17	0,688	1,333	1,740	2,110	2,567	2,898
18	0,688	1,330	1,734	2,101	2,552	2,878
19	0,687	1,328	1,729	2,093	2,539	2,861
20	0,687	1,325	1,725	2,086	2,528	2,845
21	0,686	1,323	1,721	2,080	2,518	2,831
22	0,686	1,321	1,717	2,074	2,508	2,819
23	0,685	1,319	1,714	2,069	2,500	2,807
24	0,685	1,318	1,711	2,064	2,492	2,797
25	0,684	1,316	1,708	2,060	2,485	2,787
26	0,684	1,315	1,706	2,056	2,479	2,779
27	0,684	1,314	1,703	2,052	2,473	2,771
28	0,683	1,313	1,701	2,048	2,467	2,763
29	0,683	1,311	1,699	2,045	2,462	2,756
30	0,683	1,310	1,697	2,042	2,457	2,750
40	0,681	1,303	1,684	2,021	2,423	2,704
60	0,679	1,296	1,671	2,000	2,390	2,660
120	0,677	1,289	1,658	1,980	2,358	2,617
$\infty$	0,674	1,282	1,645	1,960	2,326	2,576



### Lampiran 10

PT. AUTORIN TEGNOLOGI NUSANTARA  
Innovation Room – Talent Hub  
Jl.Gatot Subroto Kav. 51, Jakarta Selatan  
Email : info@autorin.com, Web: autorin.com

**SURAT KETERANGAN**  
**No.ATR/ADM/08/2020/28**

Yang bertanda tangan di bawah ini :

Nama : Benarivo Triadi Putra  
Jabatan : Chief Operation Officer

Menerangkan bahwa

Nama : Natasya Anindya  
Nim : 417100503  
Program Studi : Usaha Perjalanan Wisata  
Universitas : STP AMPTA Yogyakarta

Yang bersangkutan telah melaksanakan penelitian di perusahaan kami, PT Autorin Teknologi Nusantara Jakarta, selama bulan Agustus 2020.

Dengan demikian surat keterangan ini dibuat untuk dipergunakan sebagaimana mestinya.

Jakarta, 28 Agustus 2020

**Benarivo Triadi Putra**

CEO



## Lampiran 11



**YAYASAN PENDIDIKAN KARYA SEJAHTERA**  
**SEKOLAH TINGGI PARIWISATA AMPTA**  
**YOGYAKARTA**

Jl. Lakada Adisudipto Km.6 (Tempel, Caturtunggal, Depok, Sleman) Yogyakarta 55281  
 Telp / fax : (0274) 483115 - 489514 Website : www.ampta.ac.id Email : info@ampta.ac.id, ampta@yahoo.co.id

Nomor : 150/Q-AMPTA/X/2021  
 Hal : Pengantar Observasi

14 October 2021

Kepada Yth.  
 Pimpinan PT. Atourin Teknologi Nusantara  
 Di Jakarta

Dengan Hormat,

Kami yang bertanda tangan dibawah ini Ketua Sekolah Tinggi Pariwisata AMPTA Yogyakarta, menerangkan bahwa :

Nama	: Natasya Anindya
NIM	: 417100503
Prodi	: Usaha Perjalanan Wisata ( Diploma IV )
Tahun Akademik	: 2021/2022
Alamat	: Jl. Perumnas No. C-7, Depok, Sleman, Yogyakarta
Nomor Telp	: 082223809462

Mohon untuk diijinkan melaksanakan observasi guna Penyusunan Laporan Penelitian dengan Judul :

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

Demikian permohonan kami, atas bantuan dan kerjasamanya diucapkan terimakasih.

Hormat Kami,



Bac. Puhatno, MM

CC : File





