

OPTIMALISASI *WEBSITE* DI RAJA TOUR BANDUNG

Diajukan untuk memenuhi salah satu syarat dalam menyelesaikan studi pada

Program Diploma IV

Program Studi Manajemen Bisnis Perjalanan

Sekolah Tinggi Pariwisata Bandung



Disusun oleh :

Nama : Dian Nadila Pratiwi

NIM : 201621165

**PROGRAM STUDI MANAJEMEN BISNIS PERJALANAN
SEKOLAH TINGGI PARIWISATA
BANDUNG
2020**

LEMBAR PENGESAHAN

OPTIMALISASI *WEBSITE* DI RAJA TOUR BANDUNG

NAMA : Dian Nadila Pratiwi
NIM : 201621165
PROGRAM STUDI : MBP
JURUSAN : Perjalanan

Pembimbing I,

Pembimbing II,

DISETUJUI

(BUKTI TERLAMPIR)



Dioni Sofyan Iskandar, Drs., MM

**Andar Danova L. Goeltom, S.Sos.,
M.Sc**

NIP.19710506 199803 1 001

Bandung,

Mengetahui,

Menyetujui,

Kepala Bagian Administrasi Akademik dan
Kemahasiswaan,

Ketua Sekolah Tinggi Pariwisata Bandung

Andar Danova L. Goeltom, S.Sos., M.Sc
NIP.19710506 199803 1 001

Faisal, MM.Par.,CHE
NIP. 19730706 199503 1 001

MOTTO

“I feel that sometimes people should be respected just for being alive and existing.”

(Kim Namjoon *a.k.a* RM – BTS)

PERSEMBAHAN

“Terimakasih kepada Allah SWT, karena atas izin-Nya saya bisa menyelesaikan Proyek Akhir ini dengan rasa syukur.”

“Terimakasih untuk kedua orang tua saya karena keduanya telah memberikan banyak dukungan moril dan materil untuk anak sulungnya.”

“Terimakasih untuk Pak Djoni dan Pak Nova yang telah membimbing saya dengan sabar dan memberikan banyak masukan yang membangun.”

“Terimakasih untuk keluargaku tersayang, terutama kedua adikku, Nadia dan Jihan yang senantiasa memberikan semangat ketika saya merasa lelah dan ingin menyerah.”

“Untuk teman-teman yang saya sayangi, terutama Gang Ma’ Uneh yang telah memberikan banyak masukan dan selalu mendengarkan keluh kesah saya selama proses penyusunan Proyek Akhir.”

“Terimakasih untuk teman-teman MBP 2016. Terimakasih telah berjuang bersama hingga akhir.”

PERNYATAAN MAHASISWA

PERNYATAAN MAHASISWA

Yang bertanda tangan di bawah ini, saya :

Nama : Dian Nadila Pratiwi
Tempat/Tanggal Lahir : Kotagajah, 05 Januari 1998
NIM : 201621165
Program Studi : Manajemen Bisnis Perjalanan
Jurusan : Perjalanan

Dengan ini saya menyatakan bahwa:

1. Tugas Akhir/Proyek Akhir/Skripsi yang berjudul: *Optimalisasi Website di Raja Tour Bandung* ini adalah merupakan hasil karya dan hasil penelitian saya sendiri, bukan merupakan hasil penjiplakan, pengutipan, penyusunan oleh orang atau pihak lain atau cara-cara lain yang tidak sesuai dengan ketentuan akademik yang berlaku di STP Bandung dan etika yang berlaku dalam masyarakat keilmuan kecuali arahan dari Tim Pembimbing.
2. Dalam Tugas Akhir/Proyek Akhir/Skripsi ini tidak terdapat karya atau pendapat yang telah ditulis atau dipublikasikan orang atau pihak lain kecuali secara tertulis dengan jelas dicantumkan sebagai acuan dalam naskah dengan disebutkan sumber, nama pengarang dan dicantumkan dalam daftar pustaka.
3. Surat Pernyataan ini saya buat dengan sesungguhnya, apabila dalam naskah Tugas Akhir/Proyek Akhir/Skripsi ini ditemukan adanya pelanggaran atas apa yang saya nyatakan di atas, atau pelanggaran atas etika keilmuan, dan/atau ada klaim terhadap keaslian naskah ini, maka saya bersedia menerima sanksi akademik berupa pencabutan gelar yang telah diperoleh karena karya tulis ini dan sanksi lainnya sesuai dengan norma yang berlaku di Sekolah Tinggi Pariwisata Bandung ini serta peraturan-peraturan terkait lainnya.
4. Demikian Surat Pernyataan ini saya buat dengan sebenar-benarnya untuk dapat dipergunakan sebagaimana mestinya.

Bandung, 3 Juli 2020

Yang membuat


METERAI
TEMPEL
SERIAL ADFF637203990
6000
Dian Nadila Pratiwi

ABSTRAK

Perkembangan teknologi terutama teknologi informasi telah banyak mengubah cara pandang manusia terhadap segala aspek. Perkembangan teknologi juga dimanfaatkan sebagai media promosi. Salah satu media promosi online yang digunakan oleh Raja Tour Bandung adalah *website*. *Website* tersebut digunakan untuk memasarkan paket wisata. Metode yang digunakan dalam penelitian ini adalah metode kuantitatif dengan sampel 100 responden. Adapun kriteria responden pada penelitian ini adalah seseorang yang telah mengunjungi *website* www.rajatourbandung.com. Penelitian ini mengukur kualitas *website* berdasarkan pada tiga aspek penting dalam sebuah *website* yaitu : konten *website*, struktur *website* dan kegunaan *website* dengan tujuan untuk mengoptimalkan kualitas *website* milik Raja Tour Bandung. Hasil dari penelitian ini menunjukkan bahwa Informasi yang disajikan dalam *website* telah dianggap lengkap. Akan tetapi terdapat beberapa hal yang harus dioptimalkan seperti gambaran umum mengenai perusahaan dan legalitas perusahaan, kemudahan interaksi untuk sesama pengguna *website* serta layanan *customer service*. Oleh sebab itu, penelitian ini mengharapkan adanya layanan yang dapat memudahkan pengguna untuk berinteraksi dengan sesama pengguna dan juga perusahaan serta adanya legalitas perusahaan yang akan mempengaruhi keputusan pembelian.

Kata Kunci : Pemasaran Online, Website, Konten Website, Struktur Website, Kegunaan Website.

ABSTRACT

Development of technology, especially information technology has changed the way humans looks at all aspects. The development of technology is also used as promotional media. One of the online promotion that used by Raja Tour Bandung is website. The website is used to promote their tour packages. The research method used is quantiative with 100 samples as respondents. The criteria for respondents were someone who had visited the website www.rajatourbandung.com. This reseacrh assesses the quality of the website based on three important parts of a website that consist of : website content, website structure and the usage of the website to optimizing the quality of www.rajatourbandung.com. The results of this research that the information presented on the website has been complete. But there are some things that must be optimized such as general description of the company, the easiness of interaction for the fellow website users and customer service. Therefore, this reseacrh expects there will be any facilites that can facilitate users to interact with fellow users and also with the company and the legality of the company which will influence purchasing decisions.

Keywords : online marketing, website, website content, website structure, usage of website.

KATA PENGANTAR

Puji dan syukur penulis panjatkan kepada Tuhan yang Maha Esa, karena berkat rahmat dan hidayahnya penulis dapat menyelesaikan Proposal Usulan Penelitian dengan judul “Optimalisasi Website di Raja Tour Bandung”.

Proposal Usulan Penelitian ini berisi tentang kualitas suatu *website* yang mempromosikan pariwisata di Kota Bandung. *Website* tersebut dikelola oleh bagian *Marketing* Raja Tour Bandung. Diharapkan penelitian ini dapat menghasilkan *output* yang berguna bagi perkembangan *website* Raja Tour Bandung dan Pariwisata di Kota Bandung.

Penulis sangat menyadari bahwa penelitian ini tidak akan terlaksana tanpa adanya bantuan dari berbagai pihak, maka dari itu penulis ingin berterimakasih kepada :

1. Bapak Faisal, MM.Par.,CHE. selaku Ketua Sekolah Tinggi Pariwisata NHI Bandung,
2. Bapak Andar Danova L. Goeltom, S.Sos., M.Sc. selaku Kabag. Administrasi Akademik dan Kemahasiswaan,
3. Ibu Endang Komesty Sinaga, SS., MM.Par. selaku Ketua jurusan Perjalanan,
4. Ibu Ina Veronika Ginting, S.Sos, M.I.Kom., selaku Ketua Program Studi Manajemen Bisnis Perjalanan,
5. Bapak Djoni Sofyan Iskandar, Drs., MM selaku Dosen pembimbing I,
6. Bapak Andar Danova L. Goeltom, S.Sos., M.Sc selaku Dosen pembimbing II,

7. Bapak Agustinus Setiawan selaku Direktur Utama Viva Group,
8. Bapak M. Dava Haryanto selaku Bagian Digital Marketing Raja Tour Bandung,
9. Bapak Nicolla Putra selaku Sales Marketing Raja Tour Bandung,
10. Ayah, Ibu serta dua adik saya yang tak henti memberikan doa dan semangat selama proses penyusunan,
11. Teman-teman mahasiswa/i Manajemen Bisnis Perjalanan yang telah berkontribusi dalam penyusunan laporan ini, dan
12. Seluruh pihak yang terkait dalam penyusunan laporan Proyek Akhir ini.

Dalam proses penyusunannya, laporan ini masih jauh dari kata sempurna. Maka dari itu, kritik dan saran yang membangun sangat diharapkan oleh penulis. Penulis juga berharap semoga laporan ini dapat bermanfaat bagi pihak-pihak yang terkait dan khususnya untuk penulis sendiri.

Bandung,

2020

Penulis

DAFTAR ISI

LEMBAR PENGESAHAN	i
MOTTO	i
PERSEMBAHAN	iii
PERNYATAAN MAHASISWA	iv
ABSTRAK	v
<i>ABSTRACT</i>	vi
KATA PENGANTAR	vii
DAFTAR ISI.....	ix
DAFTAR TABEL.....	xi
DAFTAR GAMBAR	xv
DAFTAR DIAGRAM.....	xvi
DAFTAR BAGAN	xvii
DAFTAR GRAFIK.....	xviii
DAFTAR LAMPIRAN	xix
BAB I.....	1
A. Latar Belakang Masalah	1
B. Rumusan Masalah	3
C. Tujuan Penelitian.....	4
D. Pembatasan Penelitian	5
E. Manfaat Penelitian.....	5
BAB II.....	7
A. Kajian Teori.....	7
1. Pemasaran	7
2. Promosi	9
3. Tujuan Promosi.....	11
4. Pemasaran Melalui Internet	13
5. Website	15
B. Kerangka Pikir.....	21
BAB III.....	22
A. Pendekatan Penelitian.....	22
B. Objek Penelitian	22
1. Profil Perusahaan Raja Tour Bandung.....	22

2.	Website Raja Tour Bandung.....	23
3.	Logo Raja Tour Bandung	25
C.	Populasi dan Sampling	25
1.	Populasi.....	25
2.	Sampel	26
D.	Metode Pengumpulan Data	27
1.	Teknik dan Alat Kumpul Data.....	27
2.	Validitas dan Reliabilitas	29
E.	Definisi Operasional Variabel	31
1.	Matriks Operasional Variabel.....	32
F.	Analisis Data	34
G.	Jadwal Penelitian	35
BAB IV	36
A.	Hasil Penelitian.....	36
1.	Profil Pengunjung <i>Website</i>	36
2.	Data Temuan Kualitas <i>Website</i>	40
B.	Pembahasan	69
1.	Analisis dan Pembahasan Profil Pengunjung <i>Website</i>	69
2.	Analisis dan Pembahasan Kualitas <i>Website</i>	71
BAB V	87
SIMPULAN DAN REKOMENDASI	87
A.	Simpulan.....	87
B.	Rekomendasi	89
DAFTAR PUSTAKA	91
LAMPIRAN	93

DAFTAR TABEL

TABEL 1 DATA PENGUNJUNG <i>WEBSITE</i> PERIODE DES'19 – FEB'20	Error! Bookmark not defined.
TABEL 2 MATRIKS OPERASIONAL VARIABEL.....	32
TABEL 3 JADWAL PENELITIAN.....	355
TABEL 4 <i>WEBSITE</i> MEMBERIKAN KEJELASAN PENGGAMBARAN PERUSAHAAN	400
TABEL 5 <i>WEBSITE</i> MEMBERI KEMUDAHAN DALAM Mencari INFORMASI.....	411
TABEL 6 <i>WEBSITE</i> MEMBERI GAMBARAN UMUM PERUSAHAAN ..	42
TABEL 7 <i>WEBSITE</i> MENCANTUMKAN ALAMAT JELAS KANTOR....	43
TABEL 8 <i>WEBSITE</i> MENCANTUMKAN NO TELEPON, FAX DAN EMAIL.....	433
TABEL 9 <i>WEBSITE</i> MEMBERIKAN INFORMASI MENGENAI PRODUK/JASA YANG DITAWARKAN	44
TABEL 10 <i>WEBSITE</i> TELAH MENCANTUMKAN HARGA UNTUK SETIAP PRODUK YANG DITAWARKAN.....	45
TABEL 11 <i>WEBSITE</i> TELAH MENCANTUMKAN HARGA UNTUK SETIAP PROMOSI	46
TABEL 12 <i>WEBSITE</i> TELAH MENCANTUMKAN <i>SEARCH ENGINE</i>....	46
TABEL 13 <i>WEBSITE</i> MEMBERIKAN KEMUDAHAN DALAM PEMBELIAN.....	47

TABEL 14	<i>WEBSITE</i> TELAH MENYEDIAKAN KOLOM KOMENTAR UNTUK PENGGUNA	48
TABEL 15	<i>WEBSITE</i> MENYEDIAKAN KOLOM KOMENTAR UNTUK PENGGUNA.....	48
TABEL 16	<i>WEBSITE</i> MENYEDIAKAN KOLOM UNTUK PERS ATAU MEDIA.....	49
TABEL 17	<i>WEBSITE</i> TELAH MENYEDIAKN INFORMASI MENGENAI <i>EVENT</i> ATAU PAMERAN YANG AKAN DISELENGGARAKAN	50
TABEL 18	<i>WEBSITE</i> MENYEDIAKAN LINK UNTUK <i>BLOG</i> PERUSAHAAN.....	511
TABEL 19	<i>WEBSITE</i> TELAH MEMBERIKAN LAYANAN PEMBERITAHUAN INFORMASI MELALUI <i>EMAIL</i>	522
TABEL 20	INFORMASI PADA <i>WEBSITE</i> DAPAT DIUNDUH SECARA GRATIS	533
TABEL 21	<i>WEBSITE</i> MELAMPIRKAN LINK YANG TERHUBUNG KE SITUS LAIN.....	533
TABEL 22	<i>WEBSITE</i> MELAMPIRKAN LINK YANG TERHUBUNG PADA <i>SUBPAGES</i>.....	544
TABEL 23	<i>WEBSITE</i> MELAMPIRKAN LEGALITAS PERUSAHAAN..	555
TABEL 24	<i>WEBSITE</i> MEMBERIKAN KONTEN YANG MENARIK.....	566
TABEL 25	KONTEN PADA <i>WEBSITE</i> TELAH DIPERBAHARUI SECARA BERKALA	577
TABEL 26	KONTEKS YANG DITAMPILKAN OADA <i>WEBSITE</i> TELAH	

SESUAI DENGAN KONTEN	588
TABEL 27 WEBSITE MEMBERIKAN KEMUDAHAN BERINTERAKSI DENGAN SESAMA PENGGUNA WEBSITE.....	599
TABEL 28 PENYESUAIAN KEINGINAN DAN KEBUTUHAN PENGGUNA WEBSITE	60
TABEL 29 WEBSITE MEMBERIKAN KEMUDAHAN PENGGUNA UNTUK BERINTERAKSI DUA ARAH.....	611
TABEL 30 KONEKSI INTERNET MEMPENGARUHI KINERJA WEBSITE.....	622
TABEL 31 WEBSITE MEMBERIKAN LAYANAN UNTUK MENJADI MEMBER	622
TABEL 32 WEBSITE MEMILIKI IKLAN UNTUK PRODUK PARIWISATA	633
TABEL 33 DAPAT MELAKUKAN PEMBELIAN MELALUI WEBSITE	644
TABEL 34 WEBSITE MENYEDIAKAN CUSTOMER SERVICE	655
TABEL 35 WEBSITE TELAH MEMBERIKAN INFORMASI YANG LENGKAP	666
TABEL 36 PENGGUNA MERASA PUAS ATAS INFORMASI YANG TELAH DIBERIKAN.....	677
TABEL 37 WEBSITE TELAH BERHASIL MEMBERIKAN CITRA PADA PERUSAHAAN	688
TABEL 38 REKAPITULASI PROFIL PENGUNJUNG WEBSITE	699
TABEL 39 ANALISIS SUBVARIABEL KONTEN WEBSITE	71
TABEL 40 NALISIS SUBVARIABEL KEGUNAAN WEBSITE	788

TABEL 41 NALISIS SUBVARIABEL KEGUNAAN *WEBSITE* 833

DAFTAR GAMBAR

GAMBAR 1 HALAMAN UTAMA PADA WEBSITE.....	23
GAMBAR 2 HALAMAN UTAMA BANDUNG <i>ACTIVITY</i>.....	24
GAMBAR 3 <i>HALAMAN CONTACT US</i>.....	24
GAMBAR 4 LOGO RAJA TOUR BANDUNG	25

DAFTAR DIAGRAM

DIAGRAM 1 JENIS KELAMIN PENGUNJUNG WEBSITE.....	37
DIAGRAM 2 USIA PENGUNJUNG WEBSITE	38
DIAGRAM 3 PEKERJAAN PENGUNJUNG WEBSITE	39
DIAGRAM 4 ALASAN MENGUNJUNGI WEBSITE	40

DAFTAR BAGAN

BAGAN 1	21
---------------	----

DAFTAR GRAFIK

GRAFIK 1 *CONTROL CHART* SUBVARIABEL KONTEN WEBSITE.....74

GRAFIK 2 *CONTROL CHART* SUBVARIABEL STRUKTUR WEBSITE. 80

GRAFIK 3 *CONTROL CHART* SUBVARIABEL KEGUANAAN WEBSITE
..... 85

DAFTAR LAMPIRAN

LAMPIRAN 1 SURAT IZIN LOKUS.....	93
LAMPIRAN 2 IZIN DOSEN PEMBIMBING 1	94
LAMPIRAN 3 IZIN DOSEN PEMBIMBING 2	955
LAMPIRAN 4 KUESIONER.....	966
LAMPIRAN 5 UJI VALIDITAS.	100
LAMPIRAN 6 UJI REALIBILITAS.....	103
LAMPIRAN 7 DATA STATISTIK.....	104
LAMPIRAN 8 TURNITIN.....	113
LAMPIRAN 8 SURAT PERNYATAAN TELAH MENYELESAIKAN PENELITIAN.....	114
LAMPIRAN 9 FORMULIR BIMBINGAN PEMBIMBING 1.	115
LAMPIRAN 10 BUKTI PENGESAHAN FORMULIR PEMBIMBING 1.	117
LAMPIRAN 11 FORMULIR BIMBINGAN PEMBIMBING 2	118
LAMPIRAN DAFTAR RIWAYAT HIDUP	120

DAFTAR PUSTAKA

- A.Hamdani, R. L. (2008). *Manajemen Pemasaran Jasa*. Jakarta: Salemba Empat.
- Effendi, M. (2007). *Manajemen Pemasaran*. Malang: Fakultas Teknologi Pertanian Universitas Brawijaya.
- H.Agus. (2012). *Komunikasi Pemasaran*. Jakarta: Erlangga.
- James, J. M. (1977). Importance Performance Analysis. *Journal of Marketing*.
- Keller, K. P. (2007). *Manajemen Pemasaran: Analisis, Perencanaan, Implementasi dan Pengendalian*. Jakarta: Prentice Hall.
- Keller, P. K. (2007). *Manajemen Pemasaran edisi 12*. Jakarta: PT. Macanan Jaya Cemerlang.
- Kotler, G. A. (2008). *Manajemen Pemasaran*. Jakarta: PT. INDEKS Kelompok Gramedia.
- Loudon, K. (2000). *Organizational and Technologi in the Networked Enterprise "Management Information System"*. New Jersey: Prentince-hall international Edition.
- Nasution, M. N. (2004). *Manajemen Jasa Terpadu*. Jakarta: Ghalia Indonesia.
- Omari, A. (2008). *Data Mining for Retail Website Design and Enhanced Marketing*. Dusseldorf: Heinrich-heine-universit at heinrich-heine-universit.
- Philip Kotler, K. L. (2009). *Manajemen Pemasaran edisi ke-13 Jilid 1 dan 2*. Jakarta: Erlangga.
- Reed, J. (2012). *Get Up Speed with Online Marketing*. New Jersey: Upper Saddle River.
- Shinta. (2011). *Manajemen Pemasaran*. Malang: UB Press.

- Silalahi, U. (2012). *Metode penelitian Sosial*. Bandung: PT Refika Aditama.
- Sugiyono, P. D. (2015). *Metodologi Penelitian dan Pengembangan*. Bandung: Alfabeta.
- Suliyanto. (2018). *Metode Penelitian Bisnis untuk Skripsi, Tesis, dan Disertasi*. Yogyakarta: Andi Offset.
- Sunyoto, D. (2012). *Dasar-Dasar Manajemen Pemasaran*. Yogyakarta: CAPS.
- Sweeney, S. (2008). *101 ways to promote your business website: filled with proven internet marketing tips, tools, techniques and resources to increase your website trafic*. Canada: Maximum Press.
- Thamrin Abdillah, F. T. (2012). *Manajemen Pemasaran*. Jakarta: RajaGrafindo Persada.
- Wibowo, L. A. (2008). *Usaha Jasa Pariwisata. Modul Usaha Jasa Pariwisata, 47*.
- Yuhefizar, M. d. (2009). *Cara Mudah Membangun Website Interaktif Menggunakan Content Management Joomla Edisi Revisi*. Jakarta: PT. Elex Media Komputindo.