

## DAFTAR PUSTAKA

### BUKU

- Abdussamad, Z. (2021). *Buku Metode Penelitian Kualitatif*. CV. Syakir Media Press.
- Agus. (2018). *Informan Dan Pemilihan Informan Dalam Penelitian Kualitatif. Sistem Informasi Akuntansi: Esensi Dan Aplikasi*.
- Amstrong Gary, & Kotler, P. (2018). *Perinsip-Perinsip Pemasaran*. 12 no 1.
- Alma, Buchari. (2014). *Manajemen Pemasaran dan Pemasaran Jasa*. Bandung: Alfabeta.
- Arikunto, S. (2019). *Prosedur Penelitian Suatu Pendekatan Praktik*.
- Banjarnahor, A. R., Purba, B., Sudarso, A., Sahir, S. H., Munthe, R. N., Kato, I., ... & Hasyim, H. (2021). *Manajemen Komunikasi Pemasaran*. Yayasan Kita Menulis.
- Cangara, H. (2013). *Perencanaan dan strategi komunikasi*. Jakarta: Raja Grafindo Persada.
- Didik, H. (2021). *Pengantar Ilmu Komunikasi*. Sidoarjo: UMSIDA Press.
- Doembana, I., Rahmat, A., & Farhan, M. (2017). *Buku Ajar Manajemen dan Strategi komunikasi Pemasaran*. Yogyakarta: Zahir Publishing.
- Edi, F. R. S. (2016). *Teori Wawancara Psikodignostik*. Penerbit LeutikaPrio.
- Firmansyah, Anang. (2020). *Komunikasi Pemasaran* (Q. Media (ed.); Pertama). CV. Penerbit Qiara Media.
- HM. Noer Soetjipto. (2020). *Ketahanan UMKM Jawa Timur Melintasi Pandemi Covid-19*. Yogyakarta: K-Media.
- John A.Pearce II, Richard B.Robinson, Jr. (2014). *Manajemen strategi*. Jakarta: Salemba Empat.
- Kotler, Philip. & Gary Armstrong. (2014). *Principle Of Marketing*, 15th edition. New Jersey: Pearson Prentice Hall.
- Lexy J. Moleong. (2019). *Metodologi Penelitian Kualitatif*. Bandung: Remaja Rosdakarya.
- Manab, H. A. (2015). *Penelitian Pendidikan Pendekatan Kualitatif*.
- Lupiyoadi, Rambat. (2013). *Manajemen Pemasaran Jasa Berbasis Kompetensi* (Edisi 3). Jakarta: Salemba Empat.
- National, G., & Pillars, H. (2020). *Buku Komunikasi Pemasaran*.
- Nugrahani, F., & Hum, M. (2014). *Metode Penelitian Kualitatif*. Solo: Cakra Books, 1(1), 3-4.
- Nurdin, A., Moefad, A. M., Zubaidi, A. N., & Harianto, R. (2013). *Pengantar Ilmu Komunikasi*. IAIN: Sunan Ampel Press.

- Oktarina, Yety Dan Abdullah, Y. (2017). *Komunikasi Dalam Perspektif Teori Dan Komunikatif*. In Cv. Budi Utama.
- Onny Fitriana Sitorus and Novelia Utami. (2017). *Strategi Promosi Pemasaran*. Fkip: Uhamka.
- Pra Yogi. (2015). *Instrumen Penelitian*. Kisi-Kisi Instrumen.
- Purba, B., Gaspersz, S., Bisyri, M., Putriana, A., Hastuti, P., Sianturi, E., ... & Giswandhani, M. (2020). *Ilmu Komunikasi: Sebuah Pengantar*. Yayasan Kita Menulis.
- Rachmat. (2014). *Manajemen Strategik*. Bandung: CV Pustaka Setia.
- Rahayu Puji Suci. (2015). *Esensi Manajemen Strategi*. Sidoarjo: Zifatama Publisher.
- Resi, B. B. F. (2021). Teknik Pengumpulan Data. *Metodologi Penelitian Kuantitatif dan Kualitatif*.
- Riadi, E. (2016). *Statistik Penelitian Analisis Manual dan IBM SPSS*. Yogyakarta: And Offset.
- Sidiq, U., Choiri, M., & Mujahidin, A. (2019). Metode penelitian kualitatif di bidang pendidikan. *Journal of Chemical Information and Modeling*, 53. No.9: 1-228.
- Siyoto, S., & Sodik, M. A. (2015). *Dasar Metodologi Penelitian*. Literasi Media Publishing.
- Sofjan Assauri. (2013). *Strategic Management: Sustainable Competitive Advantage*. Depok: PT Rajagrafindo persada.
- Soyomukti, N. (2012). *Pengantar Komunikasi*. Meita Sandra. Ar-Ruzz Media.
- Sugiyono, D. (2013). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D*. Bandung :Alfabeta, CV.
- Sugiyono. (2013). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, R&D*. (Cetakan ke - 19). Bandung : IKAPI.
- Sugiyono, P. (2015). *Metode Penelitian Kombinasi (Mixed Methods)*. (Sutopo, Ed.). Bandung: Alfabeta, cv.
- Sugiyono. (2016). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, R&D*. Bandung : IKAPI.
- Sugiyono. 2017. *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D*. Bandung: Alfabeta, CV.
- Supomo, B., & Indrianto, N. (2013). *Metode Penelitian Bisnis Untuk Akuntansi & Manajemen*. Yogyakarta: Fakultas Ekonomi & Bisnis UGM.
- Wijaya, O. Y., & MH, M. (2020). *Strategi Manajemen Hubungan Pelanggan dan Orientasi Pasar: Upaya Meningkatkan Kinerja Pemasaran Industri Furniture di Jawa Timur*. Penerbit Lakeisha.
- Walidin, W., Saifullah, & Tabrani. (2015). *Metodologi penelitian kualitatif & grounded theory*. FTK: Ar-Raniry Press.
- Yusuf, A. M. (2017). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif dan Penelitian Gabungan*. Jakarta : Kencana.

## JURNAL ONLINE

- Abdillah, W., & Herawati, A. (2018). Pengaruh Bauran Pemasaran (7p) Terhadap Pengambilan Keputusan Siswa Dalam Memilih Sekolah Berbasis Entrepreneur (Studi pada SMA Muhammadiyah 9 Surabaya). *Pengaruh Bauran Pemasaran (7p) Terhadap Pengambilan Keputusan Siswa Dalam Memilih Sekolah Berbasis Entrepreneur (Studi Pada SMA Muhammadiyah 9 Surabaya)*, 2, no.2: 312. <https://doi.org/10.25139/jai.v2i2.1338>.
- Aprilya, T. (2017, January 20). Strategi Komunikasi Pemasaran Nadyasfashop Melalui Instagram Dalam Meningkatkan Kepercayaan Customer Di Samarinda. *EJournal Ilmu Komunikasi*, 5, no.1, pp. 13–23. <https://ejournal.ilkom.fisip-unmul.ac.id/site/?p=2903>.
- Budiarta, I. P., Solihin, S., Arjana, I. W. B., & Suja, I. K. (2021, December 16). Strategi Komunikasi Pemasaran Aston Hotel Kupang Dalam Meningkatkan Minat Pengunjung Di Masa Pandemi Covid-19”, *Jurnal Ilmiah Hospitality*, 10(2), 161-168. Diakses pada 07 Oktober 2022. <https://doi.org/10.47492/jih.v10i2.1086>.
- Fransisca, M. (2021, September). Komunikasi Pemasaran Dalam Meningkatkan Kunjungan Wisatawan (Studi Kasus pada Kelompok Penggerak Pariwisata (Kompepar) Kabupaten Kuningan). *Jurnal Signal*, 9, no.1, 14-24. <http://dx.doi.org/10.33603/signal.v9i1.4248>.
- Kusniadji, Suherman. (2018, January 16). Kontribusi Penggunaan Personal selling dalam Kegiatan Komunikasi Pemasaran Masa Kini. *Jurnal Komunikasi Universitas Tarumanegara*. 9, no.2: 176-183. <https://doi.org/10.24912/jk.v9i2.1078>.
- Mardiana, S. (2013). Peranan Komunikasi Pemasaran Dalam Membentuk Perilaku Konsumen. *Jurnal Komunikasi*, 2, no.2, 40–46. <https://doi.org/10.30656/lontar.v2i2.347>.
- Muntazah, A., Novalia, N., & Emeilia, R. I. (2020, November). Strategi Komunikasi Pemasaran Digital Untuk Meningkatkan Brand Loyalty Pada Perusahaan Travel Di Masa Pandemi Covid-19 (Studi Kasus Pada CV. Khairil Tour & Travel). *Jurnal Akrab Juara*, 5, no.4. 211-221. <http://akrabjuara.com/index.php/akrabjuara/article/view/1273>
- Lahilote, H. S. (2010). Kajian Yuridis Terhadap Agen Perjalanan (Travel Agent) Dalam Bisnis Pariwisata. *Jurnal Al-Syir'ah Vol*, 8(2). <http://dx.doi.org/10.30984/as.v8i2.24>.
- Rachmadani, C., (2013). Strategi Komunikasi Dalam Mengatasi Konflik Rumah Tangga Mengenai Perbedaan Tingkat Penghasilan Di RT. 29 Samarinda Seberang. *Ejournal Ilmu Komunikasi*, 1, no.1, Pp. 212–227.
- Salam, H. I., Widodo, J., & Zulianto, M. (2019, April). Strategi Pemasaran Pada Pt Nuansa Wisata Prima Nusantara Tour & Travel Jember. *Jurnal Pendidikan Ekonomi: Jurnal Ilmiah Ilmu Pendidikan, Ilmu Ekonomi Dan Ilmu Sosial*, 13, no.1, 66-71. <https://doi.org/10.19184/jpe.v13i1.10422>.
- Sesra Budio. (2019). Strategi Manajemen Sekolah. *Jurnal Menata*. Vol. 2 No. 2.

Suryani, I. (2014). Pemanfaatan Media Sosial sebagai Media Pemasaran Produk dan Potensi Indonesia dalam Upaya Mendukung ASEAN Community 2015, (Studi Social Media Marketing Pada Twitter Kemenparekraf RI dan Facebook Disparbud Provinsi Jawa Barat). *Jurnal komunikasi*, 8(2), pp.123–138. <https://journal.uui.ac.id/jurnal-komunikasi/article/view/6471>.

## SKRIPSI

Dalimunthe, M. (2022, May 27). *Strategi Komunikasi Pemasaran Travel Wisata Yuk Kita Tour Di Masa Pandemi Covid-19* (Doctoral Dissertation). Diakses pada 25 Oktober 2022. <http://repository.umsu.ac.id/handle/123456789/17940>

Sulistiyanto, I. B., (2019, August 08). *Strategi Komunikasi Pemasaran Agen Perjalanan Wisata Dalam Meningkatkan Jumlah Pelanggan (Studi Pada CV. Alexa Tour & Travel Di Pangkalanbun)* “. (Doctoral dissertation, University Of Muhammadiyah Malang). Undergraduate (S1) thesis, Universitas Muhammadiyah Malang. <http://eprints.umm.ac.id/id/eprint/48189>.

## WEBSITE DAN PORTAL BERITA ONLINE

Ahmad Fathan Hidayatullah. (2022). *Mengungkap Pola Mobilitas Manusia Selama Pandemi Covid-19*. Universitas Islam Indonesia. Diakses dari: <https://informatics.uui.ac.id/2022/05/02/mengungkap-pola-mobilitas-manusia-selama-pandemi-covid-19/>.

Anna S.R. Ronatasari., M, Rafika., F., A, Bunga., E & Syifa.,S. (2022, May 22). *Apa Kabar Pariwisata Indonesia di Mass Pandemi Covid-19*. Himpunan Mahasiswa Ekonomi, Universitas Pertamina. Diakses pada 07 Oktober 2022. <https://universitaspertamina.ac.id/berita/detail/apa-kabar-pariwisata-indonesia-di-mass-pandemi-covid-19>.

Badan Pusat Statistik, *Jumlah Kunjungan Wisatawan Mancanegara ke Indonesia Menurut Kebangsaan (Orang), 2020-2021*. Diakses pada 07 Oktober 2022. <https://bps.go.id/indicator/16/1821/1/jumlah-kunjungan-wisatawan-mancanegara-ke-indonesia-menurut-kebangsaan.html>.

BPK RI. (2009, January 16). *UU No.10 Tahun 2009 Tentang Kepariwisata*. Diakses pada 07 Oktober 2022. <https://peraturan.bpk.go.id/Home/Details/38598/uu-no-10-tahun-2009>.

Cahya Puteri Abdi Rabbi. (2021, July 2). *Kepercayaan Konsumen Terhadap Bisnis Travel Tetap Tinggi Saat Pandemi* . Katadata.co.id . Diakses pada 07 Oktober 2022. <https://katadata.co.id/safrezifitra/berita/60de937c13a43/kepercayaan-konsumen-terhadap-bisnis-travel-tetap-tinggi-saat-pandemi>.

- Francisca Christy Rosana. (2022, September 24). *UNWTO: Sektor Pariwisata Pulih 2022 Setelah Pandemi*. Bisnis Tempo.co. Diakses pada 07 Oktober 2022. <https://bisnis.tempo.co/read/1637806/unwto-sektor-pariwisata-pulih-2022-setelah-pandemi>.
- Indonesia-Investments. (2016, December 16). *Industri Pariwisata Indonesia*. Diakses pada 07 Oktober 2022. <https://www.indonesia-investments.com/id/bisnis/industri-sektor/pariwisata/item6051>.
- Kamus Besar Bahasa Indonesia Online. (2016). *Pandemi*. Badan Pengembangan dan Pembinaan Bahasa. Diakses pada: 13 Oktober 2022, pukul 08.31 WIB. <https://kbbi.kemdikbud.go.id>.
- Kementerian Pariwisata dan Ekonomi Kreatif, (2021, September 4). *Strategi Industri Akomodasi Wisata saat Pandemi*. Diakses pada 07 Oktober 2022. <https://kemenparekraf.go.id/ragam-pariwisata/Strategi-Industri-Akomodasi-Wisata-saat-Pandemi>.
- Seribu Usaha Group. *PT.Sumber Wisata*. Diakses pada 07 Oktober 2022. <https://seribuusaha.com/>.

## WAWANCARA

- Ismail. *Pengguna Jasa Travel PT. Sumber Wisata*. Hasil Wawancara Pada 23 Januari 2023.
- Muhammad Ajie. *Marketing Communication Travel Wisata PT. Sumber Wisata*. Hasil Wawancara. Pada 22 Januari 2023.
- Nasir Abibutsa. *Pengguna Jasa Travel PT. Sumber Wisata*. Hasil Wawancara. Pada 23 Januari 2023.
- Yati. *Pengguna Jasa Travel PT. Sumber Wisata*. Hasil Wawancara. Pada 23 Januari 2023.



## LAMPIRAN 1

### SURAT PENUGASAN PEMBIMBING SKRIPSI



**UNIVERSITAS NASIONAL**  
**FAKULTAS ILMU SOSIAL DAN ILMU POLITIK**  
S1 Ilmu Politik, S1 Hubungan Internasional, S1 Ilmu Administrasi Negara,  
S1 Sosiologi, dan S1 Ilmu Komunikasi  
Jl. Sawo Manda No. 61 Pejaten, Pasar Minggu, Jakarta 12520 Telp. (021) 78833307, 7806700 (Hunting) Fax. 78027118, 78027119  
P.O. Box 4741 Jakarta 12047 Homepage : <http://www.unas.ac.id> E-mail : [foharun49@gmail.com](mailto:foharun49@gmail.com)

---

**PENUGASAN PEMBIMBING SKRIPSI**  
Nomor : 222/D/X/2022  
Dekan Fakultas Ilmu Sosial Ilmu Politik Universitas Nasional dengan ini menugaskan kepada :  
**Nama Dosen : Drs. Hadi Surantio, M.Si**  
Sebagai Pembimbing skripsi Semester Ganjil Tahun Akademik 2022/2023 bagi mahasiswa berikut :  

Nama Mahasiswa	: Dimas Wahyu Wahidin
Nomor Pokok	: 193516416571
Program Studi	: Ilmu Komunikasi
Bidang Konsentrasi	: Hubungan Masyarakat

Adapun tugas pokok pembimbing Skripsi adalah :

- o Mengarahkan mahasiswa bimbingannya menyusun proposal penelitian
- o Mendampingi mahasiswa bimbingan dalam seminar proposal penelitian
- o Mengarahkan/membimbing mahasiswa dalam penelitian dan penulisan skripsi

Tugas dan wewenang ini berlaku paling lama untuk jangka waktu 2 (dua) semester, sejak tanggal penugasan ini ditanda tangani.

Jakarta, Rabu, 5 Oktober 2022  
Dekan,

  
**Dr. Erna Ermawati Chotim, M.Si**  
N.I.P. : 0109150857

Tembusan :

1. Wakil Dekan FISIP;
2. Ka. Program Studi;
3. Arsip;

## LAMPIRAN 2

### LEMBAR KONSULTASI PEMBIMBING SKRIPSI

**LEMBAR KONSULTASI BIMBINGAN SKRIPSI**

Nama Mahasiswa : Dimas Wahyu Wahidin

Nomor Pokok Mahasiswa : 193516416571

Program Studi/Konsentrasi : Ilmu Komunikasi / Public Relations

Judul Skripsi : STRATEGI KOMUNIKASI PEMASARAN TRAVEL WISATA PT. SUMBER WISATA (SERIBU\_TRIP) DALAM MENARIK MASYARAKAT BERWISATA DI ERA COVID-19

No	Tanggal	Materi Konsultasi	Paraf Pembimbing
1.	19/11 - 22	Bab I	
2.	22/11 - 22	Revisi Bab I, Bab II	
3.	29/11 - 22	Bab III (Absen)	
4.	6/12 - 22	perbaikan penelitian	
5.	13/12 - 22	penelitian	
6.	4/1 - 23	Revisi Bab IV	
7.	18/1 - 23	Absen	
8.	25/1 - 23	Revisi Bab IV dan V	
9.	28/1 - 23	Revisi Bab IV dan V	

Jakarta, 2 Februari 2023

Ketua Program Studi,



Drs. Adi Prakosa, M.Si

### LAMPIRAN 3

## SURAT PERMOHONAN PENELITIAN DAN OLAH DATA

 UNIVERSITAS NASIONAL  
FAKULTAS ILMU SOSIAL DAN ILMU POLITIK  
TERAKREDITASI BAN-PT

Jl. Sawo Manis No. 61, Pejaten, Pasar Minggu, Jakarta Selatan 12520  
Telp. (021) 70737624, 7806700 Ext. 146, Fax. 7802718-7802719  
Homepage : <http://www.unas.ac.id> Email : [info@unas.ac.id](mailto:info@unas.ac.id)

---

Nomor : /WD/ /2023 Jakarta, 09 Januari 2023  
Lamp : -  
Perihal : Permohonan Penelitian dan Informasi Data

Kepada Yth : Bapak Pimpinan Travel Wisata PT. Sumber (Seribu\_Trip)

Dengan hormat,

Bersama ini kami perkenalkan dengan hormat mahasiswa di bawah ini:

Nama	: Dimas Wahyu Wahidin
Nomor Induk Mahasiswa	: 193516416571
Prodi/Konsentrasi	: Ilmu Komunikasi (Public Relations)
Alamat Rumah	: Jl. Hj. Soleh RT.07 RW.02 Kel. Sukamaju Baru Kec. Tapos Kota Depok
HP	: 081222173259

Mahasiswa tersebut bermaksud melakukan penelitian dalam rangka penyusunan Skripsi dengan Judul: Strategi Komunikasi Pemasaran Travel Wisata PT. Sumber Wisata Dalam Menarik Masyarakat Berwisata Di Era Covid-19, Dengan Dosen Pembimbing : Drs. Hadi Surantio, M.Si

Sehubungan dengan hal tersebut, mohon kiranya Bapak/Ibu dapat memberikan bantuan seperlunya.

Demikian atas perhatiannya dan kerjasama Bapak/Ibu kami ucapkan terima kasih.

Wakil Dekan,  
  
Dr. Bhakti Nur Avianto, M.Si



**LAMPIRAN 4**  
**SURAT KETERANGAN PENELITIAN**



**PT. SERIBU USAHA MITRA BERKEMBANG**

JL. Raya Cilegon No. 164, Cilegon, Banten  
Hotline. 0878-2020-2002, Office. 021-451.7824

**SURAT KETERANGAN PENELITIAN**

Yang bertanda tangan dibawah ini

Nama : Muhammad Irfan Faqih

Jabatan : Direktur Utama

Dengan ini menerangkan dengan sebenarnya bahwa:

Nama : Dimas Wahyu Wahidin

NIM : 193516416571

Fakultas : Ilmu Sosial dan Ilmu Politik

Jurusan : Ilmu Komunikasi

Memang benar melakukan penelitian di PT. Sumber (Seribu Usaha Mitra Berkembang)

Pada Tanggal 23 Januari 2023.

Demikian surat keterangan ini dibuat untuk dapat di pergunakan sebagai mana mestinya.

Jakarta, 23 Januari 2023



Muhammad Irfan Faqih

**LAMPIRAN 5**  
**TRNSKRIP WAWANCARA**

**1) Informan 1 (Key Informan)**

Tanggal Wawancara : 23 Januari 2023

Tempat / Waktu : Kantor, Pukul 17:00 WIB

**Identitas Informan 1**

1. Nama : Muhammad Irfan Faqih
2. Umur : 26 Tahun
3. Jenis Kelamin : Laki – Laki
4. Pekerjaan : Direktur Utama PT. Sumber Wisata

**Hasil Wawancara**

- 1) Apa alasan dan tujuan mendirikan Perusahaan Travel Sumber Wisata ?

Jawab:

Menurut informan pertama, alasan travel PT. Sumber Wisata didirikan berawal dari sekedar suka dan hobi jalan- jalan. Akhirnya mencoba untuk merintis membuka usaha travel sendiri, kemudian seiring perkembangan waktu mulai ramai dan berkembang sekarang memiliki di berbagai bidang-bidangnya. Tujuannya adalah untuk mempermudah orang melakukan berwisata atau perjalanan tour.

- 2) Apa kelebihan Travel Sumber Wisata dengan travel lain?

Jawab:

Menurut informan pertama, kelebihan dari Travel Sumber Wisata adalah pertama bersifat resmi dalam bentuk PT dan fisik kantornya ada bisa untuk didatangi berbeda dengan travel lainnya yang belum tentu resmi dan kantornya bisa didatangi. Kedua memiliki rekening resmi atas nama perusahaan (PT) berbeda dengan travel lainnya kebanyakan hanya menulis rekening atas nama perusahaan (PT) tetapi belum tentu perusahaan (PT) tersebut ada. Karena yang susah itu untuk memiliki rekening atas nama perusahaan (PT) harus mengurus perizinan terlebih dahulu dan harus di cek secara keseluruhan. Ketiga memiliki semua perizinan pariwisata atau bisa dibilang dengan penerbitan kartu pengawasan (KPS) izin trayek. Seperti izin angkutan, pariwisata dan shuttle. Keempat kita berani memberi jaminan harga yang murah, karena mayoritas kita memiliki target pasarnya tersendiri.

3) Hambatan apa saja yang anda rasakan selama menjalankan usaha travel ini?

Jawab:

Menurut informan, hambatan saat sebelum terjadinya covid-19 tidak ada karena dahulu kita yang memegang peranan pasar dan sebagai yang pertama. Untuk saat ini kendala saat terjadinya covid-19 sudah banyak saingan dan saling menjatuhkan antara travel lainnya. Serta masyarakat saat ini sudah paham dan banyak memilih untuk jalan berwisata secara mandiri.

4) Apa yang menjadi hambatan / kendala dalam melakukan pemasaran di era covid-19 ?

Jawab:

Menurut informan pertama, kendala kegiatan pemasaran yang dialami yaitu pada saat kasus awal terjadinya pandemi covid-19 secara meningkat. Akhirnya membuat pemerintah melarang masyarakat untuk pergi keluar rumah, berwisata dan banyak tempat wisata yang tutup. Seiring berjalannya waktu dengan adanya program vaksinasi dan penurunan kasus covid-19, kegiatan promosi sudah tidak ada kendala dan berjalan seperti biasanya hanya saja pasarnya sudah tidak ada dan berkurang. Dikarenakan dengan adanya covid-19 ini menimbulkan beberapa faktor seperti orang sudah banyak yang tidak bekerja kembali, semakin banyak saingan dalam berbisnis. Hal ini mengakibatkan banyak yang menjual atau menawarkan tetapi yang membeli sudah tidak ada dan jarang.

- 5) Apakah travel Sumber Wisata melakukan Promosi? dan bagaimana caranya?

Jawab:

Menurut informan pertama, di era covid-19 ini peran media sangat penting dan diperlukan. Kegiatan promosi dilakukan di media sosial dan website untuk mendorong konsumen melakukan perjalanan wisata. Media utama yang digunakan dalam promosi yaitu media sosial instagram, untuk instagram sendiri memiliki beberapa akun resmi lainnya tidak hanya 1 akun itu merupakan strategi yang dilakukan oleh travel Sumber Wisata. Untuk akun utama instagram dalam melakukan kegiatan promosi yaitu media

sosial instagram akun @seribu\_trip serta dilakukan pemasaran dari mulut ke mulut. Dan untuk saat ini pasar kita bukan hanya dari tamu langsung melainkan juga dari travel agent lainnya seperti : travel lain jualan tetapi dikasih ke kita, kurang kuota untuk jalan dan rental pemesanan mobil.

Penjelasan dari informan target sasaran dalam penjualan di era covid-19 ini adalah keluarga, masyarakat, instansi yang ingin berlibur. Dan membuka paket perjalanan wisata mulai dari *open trip*, *private trip*, *study tour* dan *family gathering*.

- 6) Apakah ada customer yang menyampaikan keluhan kepada jasa travel anda?

Jawab:

Menurut informan pertama, untuk komplain sejauh ini kita minimalisir dan jangan sampai terjadi adanya komplain. Jika adanya komplain itu terjadi bukan dari faktor pihak internal melainkan dari pihak eksternal seperti setelah sampai di tempat wisata yang tutup, situasi kondisi cuaca yang kurang mendukung tiba –tiba hujan. Untuk komplain di jalan biasanya langsung ke crew Tour Leadernya yang saat itu sedang bertugas di lapangan menemani konsumen. Seorang Tour Leader pun juga harus bisa dapat mampu cara untuk mengatasi komplainnya.

- 7) Bagaimana cara anda menjalin komunikasi dengan calon pelanggan anda?

Jawab:



Menurut informan pertama, karena rata - rata kita menjual jasa dan tidak ada produk yang dijual jadi cara membangun komunikasi dan kepercayaan dengan calon pelanggan melalui rekomendasi teman yang sudah pernah menggunakan jasa travel Sumber Wisata. Kita juga merupakan perusahaan yang sudah juga sudah lama merintis dan beroperasi serta bersifat resmi. Hal itu yang membuat calon konsumen tidak ragu lagi dan langsung percaya untuk menggunakan jasa travel kita dibandingkan dengan travel lainnya.

Untuk calon konsumen bisa langsung menghubungi dengan komunikasi lewat internet (website) dan sosial media chat admin (whatsapp, instagram,facebook).

- 8) Berapa konsumen yang menggunakan jasa travel anda setiap bulannya di era covid -19?

Jawab:

Menurut informan pertama, sebelum terjadinya covid-19 bisa mencapai 3.000 konsumen per bulan tetapi di saat era covid-19 ini sekitar 200 – 500 konsumen setiap bulan.

- 9) Berapa biaya yang anda terapkan untuk satu perjalanan di travel Sumber Wisata?

Jawab:

Menurut Informan harga yang ditetapkan berbeda-beda sesuai destinasi wisata yang ingin dipilih seperti destinasi wisata pulau seribu mulai dari harga 45 ribu – 65 ribu.

10) Bagaimana cara menjadikan pelanggan senang dengan travel ini

Jawab:

Menurut informan pertama, kenyamanan pelanggan adalah hal yang harus wajib dijadikan prioritas agar menjadikan perjalanan wisata menjadi lebih menyenangkan dan berkesan. Oleh karena itu sebelum melakukan perjalanan travel ini membuat kontrak perjalanan yang berisikan sebuah kesepakatan-kesepakatan antara konsumen dengan agen perjalanan Sumber Wisata. Kesepakatan ini dibuat dengan tujuan agar agen perjalanan ini bisa membuat konsep perjalanan yang sesuai dengan keinginan konsumen yang akan melakukan kegiatan perjalanan wisata.

## 2) Informan 2 (Informan Utama)

Tanggal Wawancara : 24 Januari 2023

Tempat / Waktu : Di Rumah Pak Ajie, Pukul 19:00 WIB

### Identitas Informan 2

1. Nama : Muhammad Ajie
2. Umur : 24 Tahun
3. Jenis Kelamin : Laki – Laki
4. Pekerjaan : Marketing Communication PT. Sumber Wisata

### Hasil Wawancara

- 1) Apa pendapat Bapak mengenai Strategi Komunikasi Pemasaran?

Jawab:

Menurut informan kedua, strategi pemasaran adalah salah satu cara untuk memperkenalkan suatu produk guna menarik masyarakat atau pelanggan dimana strategi ini merupakan suatu image perusahaan untuk meningkatkan kredibilitas salah satu perusahaan.

- 2) Strategi Komunikasi Pemasaran apa yang Bapak lakukan dalam menarik masyarakat untuk berwisata sebelum terjadinya era Covid-19?

Jawab:

Menurut informan kedua, strategi komunikasi pemasaran yang dilakukan sebelum terjadinya covid-19 adalah dengan cara melakukan sosialisasi dengan mengunjungi berbagai instansi, kampus dan sekolah

untuk menjalin kerja sama dan membuat promo-promo yang dapat menarik masyarakat untuk berwisata.

- 3) Strategi komunikasi pemasaran apa yang bapak lakukan dalam menarik masyarakat berwisata saat terjadinya era covid-19?

Jawab:

Menurut informan kedua, Untuk kegiatan promosi sesudah terjadinya covid-19 yaitu dengan cara melalui membuat konten video, *feed* postingan dan *story* promosi di berbagai media sosial yang semenarik mungkin untuk dibaca atau didengar. Beberapa media seperti Instagram, Whatsapp, Facebook, atau media cetak (spanduk) dan media online (website).

- 4) Apa saja bentuk komunikasi pemasaran yang dilakukan?

Jawab:

Menurut informan kedua, bentuk komunikasi pemasaran yang dilakukan yaitu promosi melalui media sosial seperti Instagram, Whatsapp, Facebook, atau media cetak (spanduk) dan media online (website).

- 5) Apakah divisi ini bekerjasama dengan divisi lain dalam mendukung strategi komunikasi pemasaran?

Jawab:

Menurut informan kedua, iya kita selalu pasti bekerja sama dengan berbagai instansi-instansi seperti: perusahaan, hotel, kampus dan sekolah-sekolah.

- 6) Berdasarkan apa strategi komunikasi pemasaran tersebut ditetapkan dan disetujui?

Jawab:

Menurut informan kedua, strategi pemasaran yang disetujui berdasarkan adanya manfaat yang diberikan ke perusahaan yang dapat menaikkan kinerja .

- 7) Apa saja jenis bidang pelayanan dunia pariwisata yang dijual oleh Travel PT Sumber Wisata?

Jawab:

Menurut informan kedua, jenis produk bidang pelayanan yang berkaitan dengan dunia pariwisata yang dijual oleh travel sumber wisata terdiri dari beberapa bidang yaitu : travel, fotografi dan event organisasi.

- 8) Apa saja jenis bidang pelayanan dunia pariwisata yang sering dibeli konsumen di era covid-19?

Jawab:

Menurut informan kedua, bidang pelayanan dunia pariwisata yang sering dan paling banyak dibeli konsumen adalah bidang travel. Dalam bidang travel biasanya konsumen seperti keluarga, kerabat, sahabat dan masyarakat membeli paket wisata secara *private trip* dan *open trip*. Sedangkan untuk instansi / perusahaan biasanya membeli paket wisata secara *private trip* dan *family gathering*.



9) Apa saja pilihan destinasi produk paket destinasi wisata yang ditawarkan?

Apakah ada perbedaan jenis paket destinasi wisata yang ditawarkan oleh Travel PT Sumber Wisata?

Jawab:

Menurut informan kedua, untuk pilihan destinasi produk paket destinasi wisata ke seluruh destinasi wisata domestik di Indonesia. Paket wisata yang sering dibeli oleh konsumen mulai dari jelajah 3 pulau, pulau pari, bandung, jogja, dieng, malang dan bali. Untuk yang mau *request* pilihan destinasi wisata bisa langsung menghubungi admin. Iya, jenis paket destinasi yang ditawarkan berbeda.

Travel Sumber Wisata memiliki 2 jenis paket yaitu secara *private trip* dan *open trip*. Untuk jenis paket secara *private trip* akan mendapatkan harga termurah, *cashback* 5% sampai dengan 500 ribu, *special gift*, tanggal bisa atur sendiri dan bisa *request* penjemputan. Untuk jenis paket secara *open trip* harga murah, tanpa minimal peserta 1 orang bisa daftar, tanggal perjalanan sudah ditentukan dan titik penjemputan sudah ditentukan.

10) Apakah harga produk paket destinasi wisata Travel PT. Sumber Wisata terjangkau?

Jawab:

Menurut informan kedua, harga untuk produk semua paket wisata yang ditawarkan oleh travel Sumber Wisata sudah sangat terjangkau dan jaminan harga termurah di bandingkan dengan travel lainnya. Jaminan

harga termurah yang ditawarkan oleh travel sumber wisata yaitu apabila ingin trip bersama kami tetapi menemukan harga termurah dengan kompetitor lainnya bisa langsung *screenshot* dan kirimkan ke admin kami, maka akan kami kasih harga di bawah *screenshot* tersebut.

11) Apakah ada diskon pada produk paket destinasi wisata bagi konsumen yang sudah berlangganan?

Jawab:

Menurut informan kedua, iya pastinya ada diskon harga khusus pelanggan atau member. Diskon yang diberikan oleh travel Sumber Wisata kepada pelanggan atau membernya sebesar 10% dengan syarat dan ketentuan berlaku.

12) Apakah ada harga khusus produk paket destinasi wisata dalam situasi di era covid-19 ini?

Jawab:

Menurut informan kedua, iya pastinya kami dari pihak travel Sumber Wisata akan memberikan harga yang terjangkau dan termurah kepada konsumen atau calon konsumennya.

13) Apakah harga yang ditetapkan dapat berubah-ubah?

Jawab:

Menurut informan kedua, untuk saat ini harga yang sudah ditetapkan tidak akan berubah-ubah tetapi tidak menutup kemungkinan suatu saat nanti

harga yang sudah ditetapkan sebelumnya akan berubah-ubah seiring dengan perkembangan yang berlaku.

- 14) Menurut anda, apakah posisi/letak kantor cabang Travel PT. Sumber Wisata cukup strategis? Bagaimana untuk akses ke kantor?

Jawab:

Menurut informan kedua, untuk kantor cabang travel Sumber Wisata yang terletak di Jalan. Tenggiri No. 65, Jakarta Utara sudah sangat cukup strategis. Karena lokasinya yang tidak jauh dari pusat kota sehingga mudah ditemukan oleh masyarakat dan dapat bersaing secara baik dengan travel wisata lainnya. Untuk akses ke kantor cabang sangat mudah untuk dijangkau yaitu akses Terminal Tanjung. Priok.

- 15) Media apa saja strategi komunikasi pemasaran yang digunakan untuk melakukan kegiatan promosi saat di era covid-19 ini?

Jawab:

Menurut informan kedua, media yang digunakan dalam melakukan kegiatan promosi di era covid-19 ini adalah menggunakan media cetak (pemasangan spanduk), media online seperti: situs website dan sosial media seperti : whatsapp, instagram dan facebook.

- 16) Siapa saja yang menjadi target dan sasaran dalam penjualan produk paket destinasi wisata?

Jawab:

Menurut informan kedua, yang menjadi target dan sasaran dalam penjualan produk adalah keluarga, masyarakat dan perusahaan / instansi.

17) Siapa yang membuat kebijakan Strategi Komunikasi Pemasaran tersebut?

Jawab:

Menurut informan kedua, yang membuat strategi pemasaran adalah tim pemasaran dan bekerja sama dengan owner perusahaan.

18) Siapa yang mengerjakan Strategi Komunikasi Pemasaran tersebut?

Jawab:

Menurut informan kedua, yang mengerjakan strategi komunikasi pemasaran yaitu bagian pemasaran dan bekerja sama dengan semua karyawan.

19) Siapa yang bertanggung jawab melakukan perencanaan Strategi Komunikasi Pemasaran tersebut?

Jawab:

Menurut informan kedua, dalam hal pelaksanaan pekerjaan Strategi Pemasaran tersebut adalah siapapun dapat melakukan komunikasi pemasaran ( Karyawan) yang sesuai dengan aturan-aturan yang telah ditetapkan oleh perusahaan.

20) Mengapa Strategi Komunikasi Pemasaran ini penting untuk dilakukan?

Jawab:

Menurut informan kedua, Strategi Komunikasi Pemasaran sangat penting dilakukan dikarenakan dapat menunjang keberhasilan perusahaan.

21) Mengapa memilih bentuk Komunikasi Pemasaran tersebut?

Jawab:

Menurut informan kedua, dalam hal tersebut perusahaan itu harus memilih bentuk Komunikasi Pemasaran dikarenakan sangat menunjang salah satu peningkatan dan perkembangannya pesat suatu perusahaan.

22) Mengapa memilih bentuk promosi pemasaran tersebut?

Jawab:

Menurut informan kedua, karena lebih menarik bagi masyarakat atau pelanggan.

23) Mengapa memilih media online sebagai tempat promosi?

Jawab:

Menurut informan kedua, Karena pada masa ini semua kegiatan berbentuk digitalisasi.

24) Kapan saja promosi ini di lakukan?

Jawab:

Menurut informan kedua, Setiap saat bila memang perlu yang akan dipromosikan

25) Dimana saja Strategi Komunikasi Pemasaran ini dilakukan?

Jawab:

Menurut informan kedua, strategi komunikasi pemasaran dilakukan melalui media sosial travel Sumber Wisata.



26) Bagaimana hasil dari proses Strategi Komunikasi Pemasaran yang dilakukan?

Jawab:

Menurut informan kedua, hasil dari proses strategi komunikasi pemasaran yang dilakukan adalah dapat tercapainya tujuan maupun target yang diinginkan perusahaan.

27) Bagaimana implementasi dari Strategi Komunikasi Pemasaran tersebut?

Jawab:

Menurut informan kedua, berjalan dengan lancar dan dapat diterima seluruh kalangan masyarakat.

28) Bagaimana evaluasi Bapak terhadap Strategi Komunikasi Pemasaran yang dilakukan?

Jawab:

Menurut informan kedua, adapun strategi yang dilakukan yaitu untuk lebih ditingkatkan lagi guna menunjang tercapainya tujuan perusahaan.

29) Bagaimana Bapak mengetahui bahwa Strategi Komunikasi Pemasaran tersebut berhasil?

Jawab:

Menurut informan kedua, suatu strategi komunikasi pemasaran berhasil apabila adanya peningkatan daya ketertarikan masyarakat untuk

mencoba suatu produk misalnya naiknya\volume peserta travel meningkat dan menarik masyarakat untuk menggunakan jasa travel Sumber Wisata.

30) Bagaimana harapan Bapak untuk kedepannya terhadap upaya Strategi Komunikasi Pemasaran travel PT. Sumber Wisata yang sudah dilakukan?

Jawab:

Menurut informan kedua, harapan untuk kedepannya dengan adanya strategi komunikasi pemasaran travel PT. Sumber Wisata akan lebih maju dan berkembang serta dapat menarik di seluruh kalangan masyarakat untuk menggunakan jasa Travel Sumber Wisata.



### 3) Informan 3 (Informan Pendukung)

Tanggal Wawancara : 24 Januari 2023

Tempat / Waktu : Dirumah Pak Ubed, Pukul 15:00 WIB

#### Identitas Informan 3

1. Nama : Ubed
2. Umur : 23 Tahun
3. Jenis Kelamin : Laki – Laki
4. Pekerjaan : Tour Leader PT. Sumber Wisata

#### Hasil Wawancara

- 1) Kenapa anda bergabung dalam bisnis travel Sumber Wisata?

Jawab:

Pertama karena saya senang traveling, Kedua untuk meningkatkan wawasan dalam berkomunikasi.

- 2) Apa yang anda kerjakan sebelum melakukan memandu perjalanan?

Jawab:

Menginformasikan diri terhadap calon wisatawan dan menyampaikan informasi mengenai kunjungan wisata yang dikunjungi secara akurat dan jelas.

- 3) Adakah kesulitan anda dalam memandu wisatawan?

Jawab:

Jika kesulitan ya pasti ada, misalnya mengatur rundown acara tempat yang didatangi.

- 4) Apakah anda pernah mengalami kesalahpahaman komunikasi dengan konsumen?

Jawab:

Pernah, ketika di awal bekerja sebagai pemandu.

- 5) Pengalaman apa yang anda dapatkan sebagai tour leader travel Sumber Wisata?

Jawab:

Tentu saja ada, salah satunya adalah bertemu banyak orang baru selain bisa belajar tentang tempat liburan baru.

- 6) Bagaimana strategi komunikasi yang anda gunakan untuk menarik berwisata kepada konsumen saat bertugas di era covid-19 ini?

Jawab:

Melalui sosial media seperti instagram dan membagikan hasil fotografi yang bagus, membagikan informasi yang khas dan senang tersenyum.

- 7) Hambatan apa yang terkadang dirasakan oleh konsumen anda?

Jawab:

Hambatan yang terkadang dirasakan ketika sampai di tempat destinasi wisata cuaca kurang mendukung seperti hujan.

#### 4) Informan 4 (Informan Pendukung)

Tanggal Wawancara : 25 Januari 2023

Tempat / Waktu : Warung Kopi sekitar SMPI, Pukul 16:00 WIB

##### Identitas Informan 4

1. Nama : Nasir Abibutsa
2. Umur : 35 Tahun
3. Jenis Kelamin : Laki – Laki
4. Pekerjaan : Guru dan Wakil Kepala Kurikulum
5. Keterangan : Konsumen Pengguna Jasa PT. Sumber Wisata  
(SMPI Hidayatul Athfal- Depok)

##### Hasil Wawancara

- 1) Darimana anda mengetahui informasi Travel PT. Sumber Wisata?

Jawab:

Saya mengetahui travel ini melalui media sosial instagram.

- 2) Apa yang membuat anda tertarik menggunakan jasa Travel PT. Sumber Wisata?

Jawab:

Saya tertarik menggunakan travel ini karena harga terjangkau yang sangat sesuai sekali dengan kebutuhan

- 3) Menurut anda, bagaimana kualitas bidang layanan travel yang tersedia di Travel PT. Sumber Wisata ini?

Jawab:



Untuk kualitas yang tersedia disini sudah cukup baik dan bisa  
dibilang lengkap.

- 4) Menurut anda, apakah harga yang ditawarkan Travel PT. Sumber Wisata ini  
sebanding dengan jenis produk dan layanan yang ditawarkan?

Jawab:

Untuk harga yang ditawarkan sudah sangat sesuai sekali dengan  
kebutuhan saya

- 5) Apakah promosi yang dilakukan oleh Travel PT. Sumber Wisata cukup  
menarik?

Jawab:

Promosi yang dilakukan cukup menarik sekali dan informasi yang  
diberikan cukup jelas.

- 6) Menurut anda, bagaimana respon pelayanan yang diberikan di Travel PT.  
Sumber Wisata ini?

Jawab:

Respon pelayanan yang diberikan sangat baik dan responsive untuk  
admin dan crew TL nya.

- 7) Kapan anda menggunakan jasa pelayanan Travel PT. Sumber Wisata? Ke  
Destinasi wisata apa?

Jawab:

Saya menggunakan travel ini sekitar di tahun 2022. Ke destinasi  
pangalengan Bandung, itu acara untuk perpisahan anak sekolah SMP.

8) Apa yang anda rasakan setelah menggunakan jasa Travel PT. Sumber Wisata?

Jawab:

Yang saya rasakan pastinya sangat puas sekali untuk pelayanan yang diberikan mulai dari fasilitas makanan dan fasilitas armada.

9) Mengapa anda memilih Travel PT. Sumber Wisata dibandingkan dengan Travel lainnya?

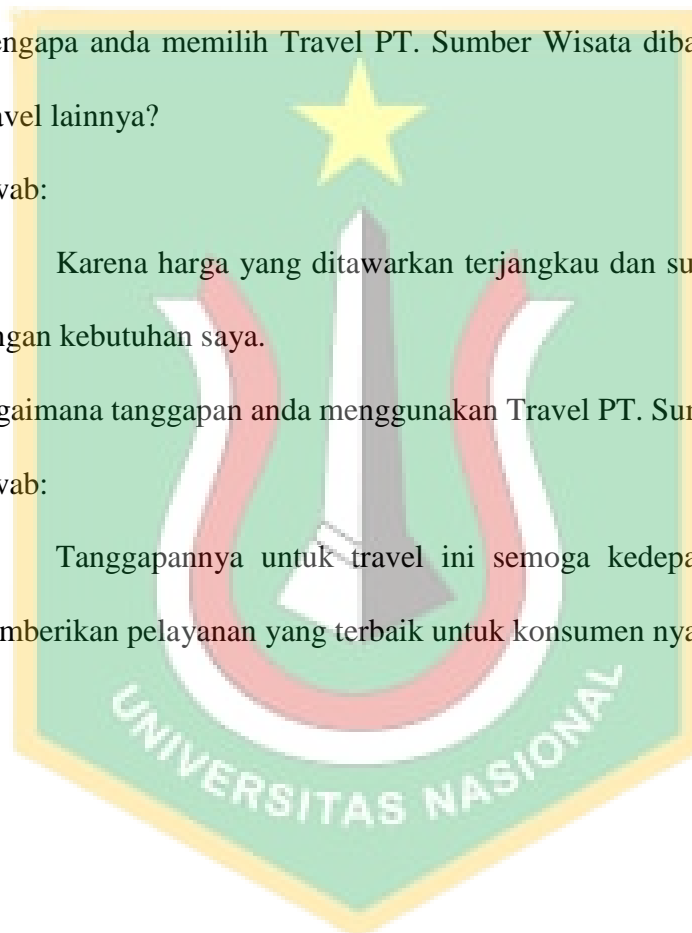
Jawab:

Karena harga yang ditawarkan terjangkau dan sudah sangat sesuai dengan kebutuhan saya.

10) Bagaimana tanggapan anda menggunakan Travel PT. Sumber Wisata?

Jawab:

Tanggapannya untuk travel ini semoga kedepanya makin terus memberikan pelayanan yang terbaik untuk konsumen nya.



## 5) Informan 5 (Informan Pendukung)

Tanggal Wawancara : 26 Januari 2023

Tempat / Waktu : Yayasan Sekolah SMP, Pukul 15:00 WIB

### Identitas Informan 5

1. Nama : Ismail
2. Umur : 33 Tahun
3. Jenis Kelamin : Laki – Laki
4. Pekerjaan : Guru
5. Keterangan : Konsumen Pengguna Jasa  
(SMP 1 - Tangerang)

### Hasil Wawancara

- 1) Darimana anda mengetahui informasi Travel PT. Sumber Wisata?

Jawab:

Saya mengetahui travel ini awalnya dari media sosial instagram dan menanyakan kepada pengguna yang sudah menggunakan jasa travel tersebut.

- 2) Apa yang membuat anda tertarik menggunakan jasa Travel PT. Sumber Wisata?

Jawab:

Saya tertarik menggunakan travel ini karena destinasi wisata yang ditawarkan, ada nya diskon harga dan jasa pelayanan yang diberikan serta dapat rekomendasi dari orang yang sudah menggunakan jasa travel ini.

- 3) Menurut anda, bagaimana kualitas jenis produk yang tersedia di Travel PT.

Sumber Wisata ini?

Jawab:

Untuk semua kualitas yang tersedia di travel ini cukup bagus, menarik dan sangat membantu.

- 4) Menurut anda, apakah harga yang ditawarkan Travel PT. Sumber Wisata ini sebanding dengan jenis produk dan layanan yang ditawarkan?

Jawab:

Untuk harga yang ditawarkan sangat sebanding sekali, saya sebelumnya melakukan survei secara online. Dan saya sangat tertarik karena harga yang ditawarkan cukup murah. Waktu itu mengambil paket wisata secara *private trip* mendapatkan *cashback* 500 ribu, bebas memilih tanggal dan titik penjemputan.

- 5) Apakah promosi yang dilakukan oleh Travel PT. Sumber Wisata cukup menarik?

Jawab:

Promosi yang dilakukan travel ini menurut saya sudah cukup sangat menarik. Menarik dari segi biaya dan destinasi serta hanya perlu lebih ditingkatkan saja.

- 6) Menurut anda, bagaimana respon pelayanan yang diberikan di Travel PT. Sumber Wisata ini?

Jawab:

Respon pelayanan yang diberikan secara keseluruhan sangat baik, bagus dan cepat tanggap. Hanya saja terkadang ketika chat admin tidak langsung dibalas mungkin banyak yang chat dan dibalas nya mulai dari yang paling bawah.

7) Kapan anda menggunakan jasa pelayanan Travel PT. Sumber Wisata? Ke Destinasi wisata apa?

Jawab:

Saya menggunakan travel ini tepat nya di bulan juni tahun 2022. Ke Lembang Bandung acara perpisahan anak sekolah SMP

8) Apa yang anda rasakan setelah menggunakan jasa Travel PT. Sumber Wisata?

Jawab:

Yang saya rasakan setelah menggunakan travel ini sangat senang, puas sekali telah dibantu dan ada rasa kekeluargaan. Untuk fasilitas dan pelayanan yang telah diberikan cukup baik, bagus dan menarik.

9) Mengapa anda memilih Travel PT. Sumber Wisata dibandingkan dengan Travel lainnya?

Jawab:

Alasan saya memilih travel ini karena mendapat rekomendasi dari teman yang sudah menggunakan jasa travel ini, dan ada nya cukup murah untuk harga ditawarkan.

10) Bagaimana tanggapan anda menggunakan Travel PT. Sumber Wisata?

Jawab:

Tanggapan saya untuk travel ini cukup baik, bagus , dan kebahagiaan serta lebih dimaksimalkan lagi dalam memberikan pelayanan yang optimal untuk konsumen dan calon konsumen nya. Semoga makin maju dan terus berkembang.

## 6) Informan 6 (Informan Pendukung)

Tanggal Wawancara : 27 Januari 2023

Tempat / Waktu : Dirumah Bu Yati, Pukul 19:00 WIB

### Identitas Informan 6

1. Nama : Yati
2. Umur : 49 Tahun
3. Jenis Kelamin : Perempuan
4. Pekerjaan : Wirausaha
5. Keterangan : Konsumen Pengguna Jasa  
(Jakarta)

### Hasil Wawancara

- 1) Darimana anda mengetahui informasi Travel PT. Sumber Wisata

Jawab:

Saya mengetahui travel ini dari media sosial instagram.

- 2) Apa yang membuat anda tertarik menggunakan jasa Travel PT. Sumber Wisata?

Jawab:

Saya tertarik menggunakan travel ini karena harga yang ditawarkan lebih murah dengan travel lainnya.

- 3) Menurut anda, bagaimana kualitas bidang layanan travel yang tersedia di Travel PT. Sumber Wisata ini?

Jawab:

Sejauh ini setelah saya menggunakan jasa travel itu, semua kualitas yang diberikan sudah cukup baik

- 4) Menurut anda, apakah harga yang ditawarkan Travel PT. Sumber Wisata ini sebanding dengan jenis produk dan layanan yang ditawarkan?

Jawab:

Untuk harga yang ditawarkan oleh travel ini sudah sangat baik dan sebanding mengingat sekarang masih di situasi covid-19

- 5) Apakah promosi yang dilakukan oleh Travel PT. Sumber Wisata cukup menarik?

Jawab:

Untuk promosi yang dilakukan sudah cukup menarik hanya saja terkadang jarang mengupdate informasi mengenai paket wisata

- 6) Menurut anda, bagaimana respon pelayanan yang diberikan di Travel PT. Sumber Wisata ini?

Jawab:

Untuk respon yang diberikan travel ini sejauh ini sudah cukup baik

- 7) Kapan anda menggunakan jasa pelayanan Travel PT. Sumber Wisata? Ke Destinasi wisata apa?

Jawab:

Waktu itu saya menggunakannya di tahun 2022. Ke bandung

- 8) Apa yang anda rasakan setelah menggunakan jasa Travel PT. Sumber Wisata?

Jawab:

Yang saya rasakan saya bisa melakukan liburan dengan senang dan puas

- 9) Mengapa anda memilih Travel PT. Sumber Wisata dibandingkan dengan Travel lainnya?

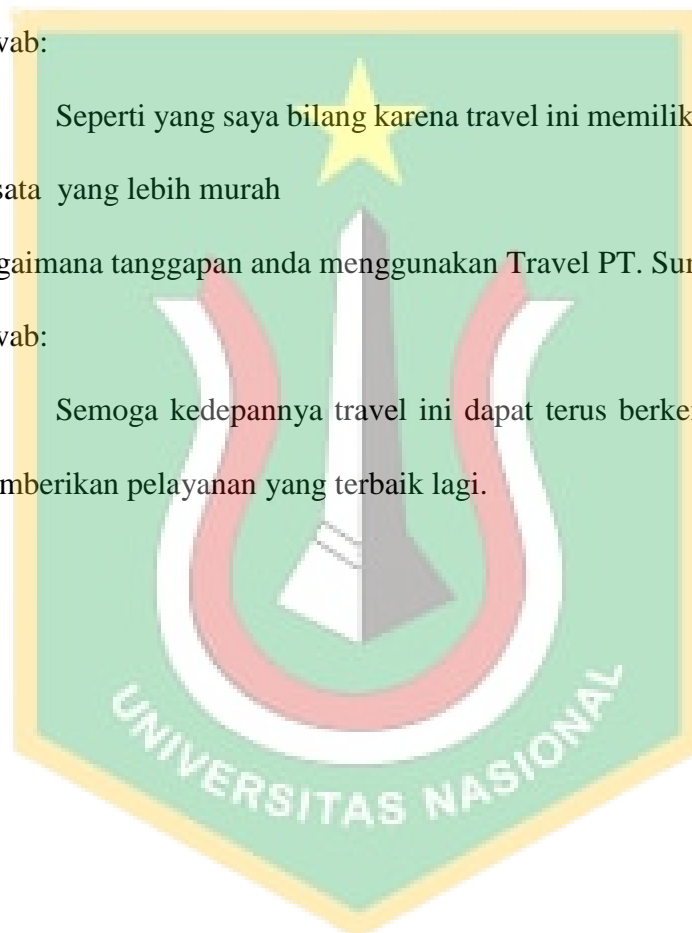
Jawab:

Seperti yang saya bilang karena travel ini memiliki harga tiket paket wisata yang lebih murah

- 10) Bagaimana tanggapan anda menggunakan Travel PT. Sumber Wisata?

Jawab:

Semoga kedepannya travel ini dapat terus berkembang dan selalu memberikan pelayanan yang terbaik lagi.

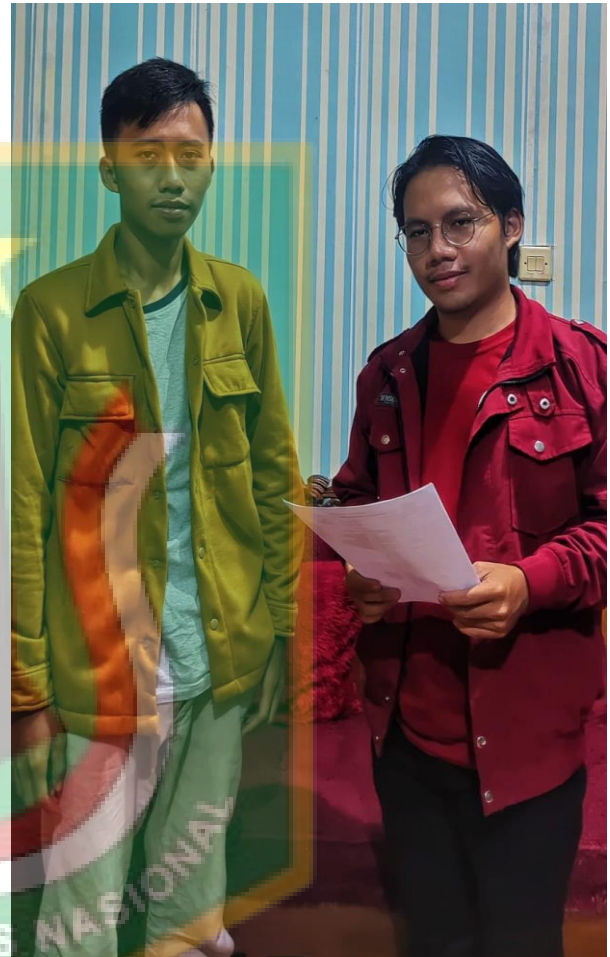




**LAMPIRAN 5**  
**DOKUMENTASI PENELITIAN**



**Informan 1 (Key Informan)**



**Informan 2 (Informan Utama)**



**Informan 3 (Informan Pendukung)**



**Informan 4 (Informan Pendukung)**



**Informan 5 (Informan Pendukung)**



**Informan 6 (Informan Pendukung)**

## DAFTAR RIWAYAT HIDUP



Nama : Dimas Wahyu Wahidin  
NPM : 193516416571  
Tempat/Tanggal Lahir : Depok, 29 Maret 2000  
Usia : 22 Tahun  
Anak Ke : 1 dari 2 Bersaudara  
Jenis Kelamin : Laki – Laki  
Agama : Islam  
Alamat : Jl. Hj. Soleh RT.07 RW.02 No.81  
Kel.Sukamaju Baru Kec. Tapos Kota Depok  
No. Handphone : 081222173259

### **Riwayat Pendidikan Formal**

SD : SD Negeri Cisalak  
SMP : Mts. Al. Hidayah Sukatani  
SMK : SMK Taruna Bhakti Depok

## HASIL TURNITIN

tahap 1			
ORIGINALITY REPORT			
21 %	21 %	9 %	%
SIMILARITY INDEX	INTERNET SOURCES	PUBLICATIONS	STUDENT PAPERS
PRIMARY SOURCES			
1	seribuusaha.com Internet Source		1 %
2	repository.ub.ac.id Internet Source		1 %
3	repository.uin-suska.ac.id Internet Source		1 %
4	id.123dok.com Internet Source		1 %
5	repository.umsu.ac.id Internet Source		<1 %
6	repository.iainpurwokerto.ac.id Internet Source		<1 %
7	digilib.uinsby.ac.id Internet Source		<1 %
8	repository.uph.edu Internet Source		<1 %
9	jurnal.ugj.ac.id Internet Source		<1 %