

DAFTAR ISI

HALAMAN JUDUL.....	i
HALAMAN PENGESAHAN.....	ii
HALAMAN PERNYATAAN	iii
KATA PENGANTAR	iv
DAFTAR ISI.....	vii
DAFTAR TABEL.....	ix
DAFTAR GAMBAR	x
DAFTAR LAMPIRAN.....	xii
INTISARI.....	xiii
ABSTRACT.....	xiv
BAB I PENDAHULUAN	1
1.1. Latar Belakang	1
1.2. Rumusan Masalah.....	10
1.3. Pertanyaan Penelitian.....	12
1.4. Tujuan Penelitian	12
1.5. Manfaat Penelitian	13
1.6. Lingkup Penelitian.....	14
1.7. Sistematika Penulisan	14
BAB II LANDASAN TEORI	16
2.1. Pemasaran Digital	16
2.2. Optimisasi Mesin Pencari	20
2.3. Pemasaran Mesin Pencari	23
2.4. Pemasaran Media Sosial	24
2.5. Perilaku Konsumen dalam Jaringan.....	27
2.6. Usaha Pariwisata.....	33
2.7. Jasa Perjalanan Wisata	34
BAB III METODE PENELITIAN.....	36
3.1. Desain Penelitian	36
3.2. Metode Pengumpulan Data.....	37
3.2.1. Pengumpulan Data Primer	38
3.2.2. Pengumpulan Data Sekunder	40

3.3. Instrumen Penelitian	41
3.4. Metode Analisis Data.....	43
3.4.1. Validitas	45
3.4.2. Reliabilitas	47
BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN	49
4.1. Profil Narasumber	49
4.2. Analisis Data Wawancara	60
4.2.1. Pembongkaran Data	60
4.2.2. Analisis Hasil Pembongkaran Data.....	118
4.3. Triangulasi Data.....	253
BAB V SIMPULAN	296
5.1. Simpulan	296
5.2. Saran	306
5.3. Keterbatasan.....	310
DAFTAR PUSTAKA	312
LAMPIRAN	316
Transkrip Wawancara dengan Narasumber 1.....	316
Transkrip Wawancara dengan Narasumber 2.....	338
Transkrip Wawancara dengan Narasumber 3.....	356
Transkrip Wawancara dengan Narasumber 4.....	374
Transkrip Wawancara dengan Narasumber 5.....	393
Transkrip Wawancara dengan Narasumber 6.....	409
Transkrip Wawancara dengan Narasumber 7.....	423
Transkrip Wawancara dengan Narasumber 8.....	434
Transkrip Wawancara dengan Narasumber 9.....	450
Transkrip Wawancara dengan Narasumber 10.....	467
Transkrip Wawancara dengan Narasumber 11.....	481
Transkrip Wawancara dengan Narasumber 12.....	501
Transkrip Wawancara dengan Narasumber 13.....	510
Transkrip Wawancara dengan Narasumber 14.....	519
Transkrip Wawancara dengan Narasumber 15.....	527

DAFTAR TABEL

Tabel 4.1. Pembongkaran Data Faktor Pendorong Penerapan Pemasaran Digital	60
Tabel 4.2. Pembongkaran Data Media Digital yang Dipakai dalam Penerapan Pemasaran Digital	65
Tabel 4.3. Pembongkaran Data Faktor Pendukung Penerapan Pemasaran Digital	66
Tabel 4.4. Pembongkaran Data Faktor Kendala dalam Penerapan Pemasaran Digital	69
Tabel 4.5. Pembongkaran Data Perbedaan Antara Penerapan Pemasaran Digital dengan Pemasaran Konvensional.....	73
Tabel 4.6. Pembongkaran Data Paket Wisata Favorit yang Banyak Diminta Pelanggan.....	80
Tabel 4.7. Pembongkaran Data Lokasi Favorit untuk Tujuan Wisata	84
Tabel 4.8. Pembongkaran Data Pelanggan yang Menggunakan Layanan Wisata	87
Tabel 4.9. Pembongkaran Data Pesaing CV Javamate Travelindo.....	91
Tabel 4.10. Pembongkaran Data Waktu Permintaan Tertinggi dalam Kegiatan Wisata di CV Javamate Travelindo.....	95
Tabel 4.11. Pembongkaran Data Perkembangan Bisnis Perusahaan Setelah Penerapan Pemasaran Digital.....	97
Tabel 4.12. Pembongkaran Data Dampak Covid-19 pada Perusahaan.....	100
Tabel 4.13. Peran Pemasaran Digital di CV Javamate Travelindo Selama Pandemi	103
Tabel 4.14. Pembongkaran Data Langkah Perusahaan Setelah Pandemi Berakhir	108
Tabel 4.15. Pembongkaran Data Cara Pelanggan Menemukan dan Menggunakan Layanan	112
Tabel 4.16. Pembongkaran Data Objek Wisata yang Pernah Dikunjungi Pelanggan Saat Berwisata ke DIY	113
Tabel 4.17. Pembongkaran Data Paket Wisata yang Pernah Diambil Pelanggan	115
Tabel 4.18. Pembongkaran Data Pengalaman Pelanggan dalam Menggunakan Layanan Biro Perjalanan Wisata	115
Tabel 4.19. Pembongkaran Data Keinginan Pelanggan Menggunakan Layanan Wisata Kembali.....	117
Tabel 4.20. Data Aktivitas Pelanggan Melalui Google Ads	154
Tabel 4.21. Data Kunjungan Pelanggan di Halaman Paket Wisata	165
Tabel 4. 22 Data Permintaan Penawaran Paket Wisata di Tahun 2018.....	166
Tabel 4.23. Data Aktivitas Pencarian Kegiatan Wisata di DIY dan Kunjungan	200

DAFTAR GAMBAR

Gambar 3.1. Five-Phased Cycle.....	45
Gambar 4.1. Ekosistem Digital CV Javamate Travelindo	128
Gambar 4.2. Faktor Pendukung Pelaksanaan Pemasaran Digital	134
Gambar 4.3. Faktor Kendala Penerapan Pemasaran Digital CV Javamate Travelindo	144
Gambar 4.4. Tahap Pelanggan Menghubungi CV Javamate Travelindo.....	152
Gambar 4.5. Permintaan Layanan Perjalanan Wisata Secara Geografis	172
Gambar 4.6. Permintaan Layanan Perjalanan Wisata Secara Demografis	174
Gambar 4.7. Permintaan Paket Perjalanan Wisata Tahun 2018 dan 2019.....	196
Gambar 4.8. Jumlah Keberangkatan Wisatawan yang Menggunakan Layanan Biro Perjalanan Wisata.....	203
Gambar 4.9. Interaksi Pelanggan Kepada Perusahaan dari Saluran Situs Web Menggunakan.....	206
Gambar 4.10. Pengikut Media Sosial CV Javamate Travelindo.....	209
Gambar 4.11. Data Kunjungan Pelanggan ke Situs Web Tahun 2018 Sampai 2020	212
Gambar 4.12. Jumlah Penjualan Video Wisata Daring di Bulan Mei sampai Desember 2020.....	222
Gambar 4.13. Alur pelanggan CV Javamate Travelindo Mengetahui dan Menggunakan Layanan	237
Gambar 4.14. Advokasi Pelanggan di CV Javamate Travelindo.....	253
Gambar 4.15. Situs Web Penjualan yang Dipakai Perusahaan.....	256
Gambar 4.16. Media Sosial Instagram Untuk Kesadaran Merek dan Saluran Komunikasi Pelanggan.....	257
Gambar 4.17. Media Sosial Facebook Perusahaan dalam Bentuk Halaman Pelanggan.....	257
Gambar 4.18. Media Sosial TikTok Perusahaan untuk Kesadaran Merek dan Pemasaran Melalui Video	258
Gambar 4.19. Media Pemutaran Video Youtube yang Dipakai Perusahaan	258
Gambar 4.20. Pemanfaatan SEO oleh Perusahaan.....	259
Gambar 4.21. Pemanfaatan Pencarian Berbayar dengan Google Ads	259
Gambar 4.22. Pemanfaatan Iklan Tampilan Gambar melalui Facebook Ads.....	260
Gambar 4.23. Iklan Tampilan Gambar melalui Instagram Ads oleh Perusahaan.....	260
Gambar 4.24. Pemasaran Berbayar dengan GDN.....	261
Gambar 4.25. Biodata Sekilas Akun Instagram Perusahaan.....	263
Gambar 4.26. Teknik Pemasaran di Instagram Secara Organik	265
Gambar 4.27. Ulasan Pelanggan di Halaman Facebook Perusahaan.....	266
Gambar 4.28. Tampilan TikTok yang Mengekspos Tempat Wisata	267
Gambar 4.29. Pemanfaatan Youtube untuk Ulasan Tempat Penginapan	268
Gambar 4.30. Brosur Penawaran Paket Wisata	270

Gambar 4.31. Dokumentasi Pertemuan Tim Pemasaran (Mengenakan Hijab) dengan Pelanggan.....	270
Gambar 4.32. Pertemuan Tim Pemasaran (Sebelah Kiri) dengan Pelanggan.....	271
Gambar 4.33. Penyisipan Frasa Kata Kunci di Halaman Landas Situs Web.....	272
Gambar 4.34. Pembuatan Halaman Landas Paket Wisata	273
Gambar 4.35. Riset Kata Kunci dalam Bisnis Pariwisata.....	274
Gambar 4.36. Tampilan Situs Web Berupa Deskripsi Singkat di Halaman Pertama Google	274
Gambar 4.37. Tombol yang Menghubungkan Layanan Dukungan Pelanggan ..	275
Gambar 4.38. Interaksi Perusahaan dengan Pelanggan Terkait Penawaran Paket Wisata.....	276
Gambar 4.39. Pemanfaatan Canva Sebagai Aplikasi Gratis Pembuatan Konten Gambar.....	277
Gambar 4.40. Surat Penawaran Digital yang Dibuat Melalui Aplikasi Canva...	278
Gambar 4.41. Respon Pelanggan Terhadap Konten Paket Wisata	279
Gambar 4.42. Pesaing CV Javamate Travelindo Melalui Kata Kunci Paket Wisata Jogja 1 Hari di Google	281
Gambar 4.43. Pesaing CV Javamate Travelindo Melalui Kata Kunci Paket Wisata Jogja 2 Hari 1 Malam di Google	282
Gambar 4.44. Pesaing CV Javamate Travelindo Melalui Kata Kunci Paket Wisata Jogja 3 Hari 2 Malam di Google	283
Gambar 4.45. Pemasaran Mesin Pencari Berbayar Google Ads dengan Kata Kunci Paket Tour Jogja.....	286
Gambar 4.46. Pemasaran Mesin Pencari Berbayar dengan Menggunakan Kata Kunci Paket Liburan ke Jogja	287
Gambar 4.47. Pemasaran Digital Video Wisata Virtual dengan Facebook Ads.	291
Gambar 4.48. Video 360 derajat Objek Wisata Virtual di DIY	292
Gambar 4.49. Halaman Landas Web untuk Pemasaran Digital Sewa Mobil	293
Gambar 4.50. Pencarian Berbayar Sewa Mobil dengan Kata Kunci Rental Mobil Area Jogja di Google Ads	294

DAFTAR LAMPIRAN

Transkrip Wawancara dengan Narasumber 1	316
Transkrip Wawancara dengan Narasumber 2	338
Transkrip Wawancara dengan Narasumber 3	356
Transkrip Wawancara dengan Narasumber 4	374
Transkrip Wawancara dengan Narasumber 5	393
Transkrip Wawancara dengan Narasumber 6	409
Transkrip Wawancara dengan Narasumber 7	423
Transkrip Wawancara dengan Narasumber 8	434
Transkrip Wawancara dengan Narasumber 9	450
Transkrip Wawancara dengan Narasumber 10	467
Transkrip Wawancara dengan Narasumber 11	481
Transkrip Wawancara dengan Narasumber 12	501
Transkrip Wawancara dengan Narasumber 13	510
Transkrip Wawancara dengan Narasumber 14	519
Transkrip Wawancara dengan Narasumber 15	527