

## INTISARI

Pandemi yang terjadi pada tahun 2020 di seluruh dunia mengalami dampak yang signifikan terutama terhadap industri pariwisata, salah satu *online travel agent* (OTA) yang terkena dampaknya adalah Traveloka, sehingga Traveloka melakukan inovasi dengan peluncuran produk baru, yaitu *virtual tour*. Produk baru *virtual tour* ini menggunakan digitalisasi dalam perealisasiannya, sehingga sangat berbeda dengan wisata yang sesungguhnya. Oleh karena itu, kepuasan wisatawan menjadi hal penting. Tujuan dari penelitian ini adalah untuk mengetahui kepuasan pengguna terhadap produk *virtual tour* Kalemegdan *Fortress* Traveloka. Penelitian ini menggunakan metode kuantitatif deskriptif. Pengumpulan data dilakukan dengan menyebarkan kuesioner secara daring kepada 100 responden menggunakan metode *purposive sampling*. Terdapat empat dimensi dalam penelitian ini, yaitu perasaan puas, selalu membeli produk, akan merekomendasikan kepada orang lain, dan terpenuhinya harapan pelanggan. Hasil yang diperoleh menunjukkan wisatawan tidak terlalu puas karena nilai rata-rata yang diperoleh cukup rendah untuk dikategorikan sebagai puas, yaitu 2,63 dari skala 4.00.

Kata Kunci: Kepuasan Wisatawan, *Virtual Tour*.

## **ABSTRACT**

The pandemic that occurred in 2020 worldwide experienced a significant impact, especially on the tourism industry, one of the online travel agents (OTA) affected was Traveloka, so Traveloka innovated with the launch of a new product, namely virtual tours. This new virtual tour product uses digitalization in its realization, so it is very different from real tourism. Therefore, tourist satisfaction is important. The purpose of this study was to determine user satisfaction with Traveloka's Kalemegdan Fortress virtual tour products. This research uses descriptive quantitative method. Data was collected by distributing online questionnaires to 100 respondents using the purposive sampling method. There are four dimensions in this study, namely feeling satisfied, always buying products, will recommend to others, and fulfilling customer expectations. The results obtained indicate that tourists are not very satisfied because the value obtained is low enough to be categorized as satisfied, which is 2.63 out of a scale of 4.00.

**Keywords:** User Satisfaction, Virtual Tour.

