

EVALUASI ONLINE MARKETING PADA PT TAMAN WISATA CANDI YOGYAKARTA

Virda Larasati

Abstrak

Online marketing merupakan salah satu kegiatan pemasaran produk atau jasa dengan memanfaatkan media internet dengan tujuan untuk menarik konsumen dan calon konsumen secara cepat. Salah satu yang dilakukan perusahaan dalam kegiatan *online marketing* adalah dengan membangun *website*, yang sangat berperan dalam menunjukkan profesionalisme perusahaan, membantu konsumen mengetahui bisnis, promosi yang hemat dan media bisnis yang mudah. Penelitian ini dilakukan untuk mengetahui pelaksanaan *online marketing* melalui *website* yang dilakukan PT Taman Wisata Candi. Penelitian ini adalah penelitian deskriptif kuantitatif. Data diperoleh dengan teknik survey menggunakan kuesioner *online* berbantuan *google form* yang telah teruji validitas dan reliabilitasnya untuk mengukur persepsi pengunjung. Diperoleh 96 respon dari para pengunjung *website* dan pengunjung taman wisata, sekaligus menjadi sampel penelitian. Analisis mean aritmatik dilakukan untuk mengetahui kecenderungan persepsi pengunjung *website* dan taman wisata tentang pelaksanaan *online marketing* melalui *website* PT Taman Wisata Candi. Hasil penelitian menunjukkan bahwa *website* PT Taman Wisata Candi masuk dalam kategori setuju dari aspek Konten, Konteks, Komunitas, Penyesuaian, Komunikasi, Koneksi, dan Perdagangan. Penelitian ini memberikan implikasi penerapan *online marketing* bagi perusahaan yang bergerak di bidang pariwisata dalam melakukan pemasaran jasa pariwisata.

Kata Kunci : *Online Marketing, Website, PT Taman Wisata Candi*



26/12/22

ONLINE MARKETING EVALUATION AT PT TAMAN WISATA CANDI YOGYAKARTA

Virda Larasati

Abstract

Online marketing is one of the activities of marketing products or services by utilizing internet media with the aim of attracting consumers and potential customers quickly. One of the things that companies do in online marketing activities is to build a website, which plays a very important role in showing company professionalism, helping consumers find out about business, economical promotions and easy business media. This research was conducted to determine the implementation of online marketing through a website conducted by PT Taman Wisata Candi. This research is a quantitative descriptive research. The data was obtained by survey techniques using an online questionnaire assisted by Google Forms which have been tested for validity and reliability to measure visitor perceptions. 96 responses were obtained from website visitors and visitors to tourist parks, as well as being a research sample. Arithmetic mean analysis was carried out to determine the trend of perceptions of website visitors and tourist parks about the implementation of online marketing through the PT Taman Wisata Candi website. The results showed that PT Taman Wisata Candi's website was included in the agreed category from the aspects of Content, Context, Community, Adjustment, Communication, Connection, and Commerce. This research provides implications for the application of online marketing for companies engaged in the tourism sector in marketing tourism services.

Keywords : *Online Marketing, Website, PT Taman Wisata Candi*