



Pengaruh Kualitas Konten dan Sistem pada Virtual Reality Tourism Terhadap Minat Berkunjung

Muhammad Rouf Purnama¹, Triana Setiyarini^{2*}

^{1,2} Program Studi Manajemen Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Trunojoyo Madura

INFO ARTIKEL

Abstract

Keywords: Behavioral Intention, Content Quality, System Quality

Tourism is one of the important sectors for the economy in Indonesia. In addition to being an economic engine, the tourism industry is considered to be able to reduce the unemployment rate. Tourism is one of the keys to the national economy which is expected to be able to increase income through foreign exchange receipts. Data shows that the number of domestic tourist trips based on the number of provinces is the highest, namely East Java. One of the tourism objects that has something to see, something to do, something to buy indicators is the Bandar Gresse tourist destination in Gresik Regency. The Gresik Regency Tourism and Creative Economy, Culture, Youth and Sports Office innovates to increase tourist visits, namely through the concept of Virtual Reality Tourism. This study aims to find out how content quality and system quality have a positive and significant effect on behavioral intentions. The population of this study is visitors to Virtual Reality Tourism Bandar Gresse (Gresik Regency) and the number of samples used in this study is 97 respondents using the purposive sampling method. The data collection method used is through questionnaires. The data analysis in this study is using multiple linear regression analysis using IBM SPSS 25. The results showed that the content quality variable and the system quality variable had a positive and significant effect on behavioral intentions.

✉ Penulis Korespondensi*
Triana Setiyarini

Email:

Triana.setiyarini@trunojoyo.ac.id

P-ISSN: 2775-3093
E-ISSN: 2797-0167

DOI :

PENDAHULUAN

Dampak wabah Covid-19 terhadap ekonomi global diprediksi lebih buruk daripada krisis ekonomi 2008 dan berpotensi menghancurkan perekonomian (Nugroho et al., 2020). Pariwisata merupakan salah satu sektor yang penting bagi roda perekonomian di Indonesia. Selain menjadi mesin perekonomian, industri pariwisata dinilai dapat mengurangi angka pengangguran. Pariwisata menjadi salah satu sektor perekonomian nasional yang diharapkan mampu meningkatkan pendapatan melalui penerimaan

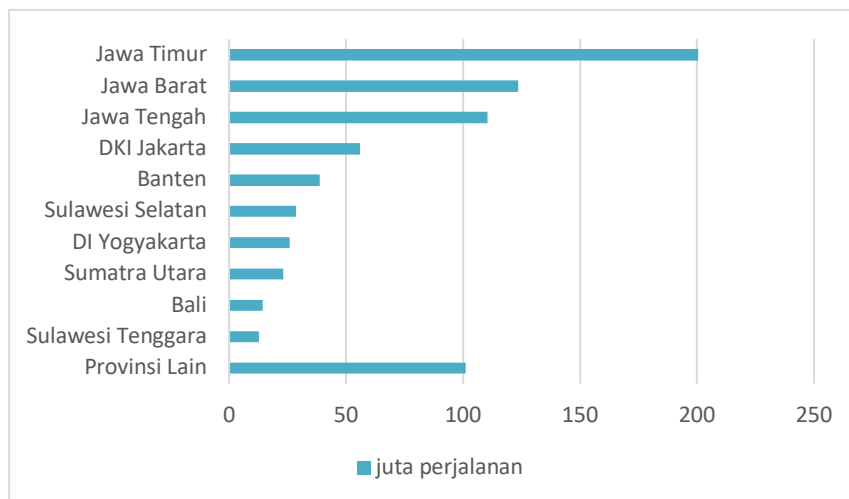
devisa. Pariwisata menjadi salah satu sektor perekonomian nasional yang diharapkan mampu meningkatkan pendapatan melalui penerimaan devisa.

Tabel 1 Penerimaan Devisa Berdasarkan Sektor Lapangan Usaha (juta USD)

No	Jenis Lapangan Usaha	Tahun			
		2013	2014	2015	2016
1	Migas	32.633	30.318	18.57	13.105
2	Batu Bara	22.759	18.7	14.72	12.898
3	CPO	16.787	18.62	16.43	15.965
4	Pariwisata	10.054	11.166	12.225	13.57
5	Karet Olahan	6.706	6.259	3.564	3.242
6	Pakaian Jadi	6.216	7.450	6.41	6.229
7	Alat Listrik	5.104	7.021	4.51	4.561

(Sumber: Badan Pusat Statistik dan Pusdatin Kemenpar Tahun 2018)

Berdasarkan Tabel 1 jumlah devisa yang diterima oleh Indonesia dari sektor pariwisata setiap tahunnya selalu mengalami peningkatan. Pada tahun 2016, sektor pariwisata sebagai salah satu penyumbang devisa terbesar kedua bagi Indonesia setelah kelapa sawit. Selain itu, peningkatan kunjungan wisatawan nusantara dan mancanegara ke Indonesia juga berdampak positif terhadap peningkatan perolehan devisa. Oleh karena itu, kontribusi perjalanan pariwisata Indonesia sebagai salah satu sumber devisa negara yang utama dibandingkan dengan sektor usaha yang lainnya.



Gambar 1 Grafik Jumlah Perjalanan Wisatawan Domestik Berdasarkan Provinsi Tujuan Terbanyak

(Sumber: Badan Pusat Statistik dan Pusdatin Kemenpar Tahun 2022)

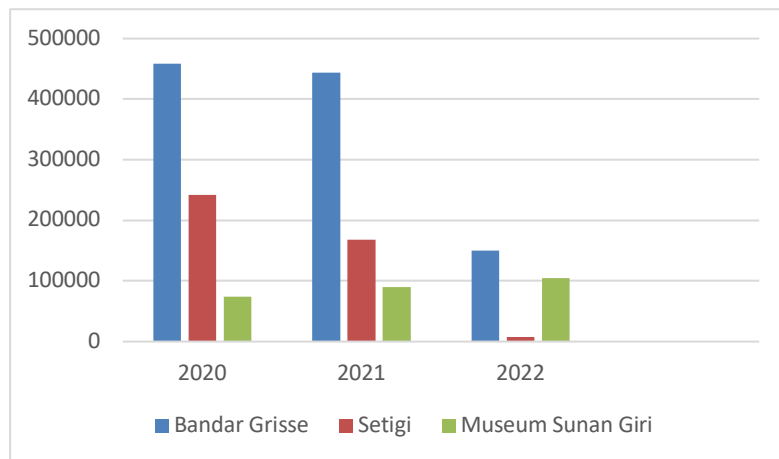
Tabel 2 Jumlah perjalanan yang ditampilkan hanya untuk semester I Januari-Juni 2023

Provinsi	Jumlah Perjalanan Wisatawan Nusantara Menurut Provinsi Asal (Perjalanan)		
	2021	2022	2023
Jawa Barat	97.358.488	128.667.116	81.589.327
Jawa Tengah	134.782.286	103.991.668	60.390.014
Jawa Timur	158.616.085	198.913.399	115.912.549

(Sumber: Badan Pusat Statistik Indonesia 2023)

Berdasarkan Gambar 1 dan Tabel 2 Jawa Timur menjadi salah satu provinsi di Indonesia dengan jumlah wisatawan domestik terbanyak. Pada tahun 2015-2020, jumlah wisatawan domestik di Jawa Timur tumbuh rata-rata sebesar 13,40% per tahun. Dari total jumlah wisatawan domestik di Indonesia sebanyak 734,86 juta perjalanan, tercatat 200,55 juta perjalanan ke Provinsi Jawa Timur pada tahun 2022. Dari Gambar 1.1 dan Tabel 1.2 terlihat bahwa Provinsi Jawa Timur memiliki pilihan destinasi pariwisata yang sangat banyak dan beragam. Terdapat beberapa daerah dengan pilihan tempat wisata yang bisa menjadi pilihan wisatawan, salah satunya Kabupaten Gresik.

Kabupaten Gresik merupakan wilayah yang kaya akan sejarah dan keberagaman budaya. Terletak di pesisir utara Jawa, Kabupaten Gresik tidak hanya dikenal sebagai pusat Industri, tetapi juga sebagai tempat yang mencerminkan warisan akan sejarah. Selain itu, potensi ekonomi Gresik juga semakin berkembang, terutama dalam sektor industri dan pariwisata. Hal tersebut menjadikan Kabupaten Gresik sebagai pusat ekonomi. Kabupaten Gresik memiliki luas wilayah sekitar 1.194 km² dan mempunyai jumlah penduduk lebih dari 1,3 juta jiwa. Kabupaten Gresik juga memiliki daya tarik wisata yang beragam, seperti Wisata Industri, Wisata Sejarah, Wisata Alam, Wisata Religi, Wisata Kuliner dan Wisata Kota Tua Bandar Grissee.



Gambar 2 Grafik data jumlah wisatawan objek wisata Bandar Grisse, Setigi, Museum Sunan Giri

(Sumber: Webiste Data Kunjungan Wisata Online, Disparbud Gresik dan Ketua Pokdarwis Bandar Grissee)

Berdasarkan Gambar 2 menunjukkan bahwa terjadi penurunan jumlah wisatawan pada objek wisata Bandar Grissee selama 3 tahun terakhir. Pada tahun 2020, kunjungan wisatawan baik nusantara maupun mancanegara sebanyak 458.883 orang. Di tahun 2021 jumlah wisatawan yang datang mengalami penurunan yakni diangka 443.231 wisatawan. Hingga pada tahun 2022 penurunan juga masih berlanjut secara drastis, setidaknya terdapat sekitar 150.309 wisatawan yang datang berwisata ke kota tua Bandar Grissee. Berdasarkan informasi diatas, Dinas Pariwisata dan Ekonomi Kreatif, Kebudayaan, Kepemudaan dan Olahraga Kabupaten Gresik melakukan inovasi untuk dapat meningkatkan niat berperilaku yakni melalui konsep *Virtual Reality Tourism*. Studi lain menjelaskan bahwa hospitality bukanlah faktor mutlak yang dapat meningkatkan destinasi wisata (Arief et al., 2022). Dalam bisnis jasa, diperlukan kontak tingkat tinggi antara penyedia jasa dan pelanggan (Wantara, 2015). Bahkan, banyak

penelitian menekankan loyalitas pelanggan sebagai inti dari pemasaran (Jannah & Pranjoto, 2023).

Virtual Reality Tourism merupakan suatu teknologi yang memungkinkan para wisatawan dapat menyaksikan sebuah daya tarik wisata berupa gambar serta video sehingga nantinya wisatawan dapat membayangkan suatu destinasi dengan baik (Waraney et al, 2017). *Virtual Reality Tourism* juga dapat dijadikan sebagai sebuah sarana yang dapat menciptakan serta merangsang imajinasi penggunanya. Dengan demikian, pengguna seakan-akan mendapatkan pengalaman dan merasakan situasi sebenarnya (Suhendar dan Fernando, 2016).

Wisatawan yang memiliki niat berperilaku untuk mendatangi suatu objek wisata menawarkan manfaat bagi penyedia jasa pariwisata (Y. C. Huang et al, 2016). Niat berperilaku mendatangi suatu objek wisata yang dapat diciptakan maupun dikembangkan melalui konten serta sistem yang digunakan pada *Virtual Reality Tourism*. Selain itu, niat berperilaku merupakan indikasi bahwa teknologi yang digunakan dapat diterima (Wei et al, 2019).

Berdasarkan latar belakang teoritis *Information System Success* model, niat berperilaku memainkan peran yang sangat penting sebagai alat untuk mengukur persepsi pengguna *Virtual Reality Tourism* terhadap cara-cara baru dalam hal menemukan sebuah informasi terkait tujuan wisata (Lee et al, 2020). Di sisi lain, media yang digunakan untuk mendapatkan informasi mengenai objek wisata dapat mempengaruhi perilaku wisatawan (Choi et al, 2018). Adapun hipotesis dalam penelitian ini adalah sebagai berikut:

H₁: Kualitas konten berpengaruh secara positif dan signifikan terhadap niat berperilaku
H₂: Kualitas sistem berpengaruh secara positif dan signifikan terhadap niat berperilaku

METODE PENELITIAN

Metode penelitian yang peneliti gunakan pada penelitian ini merupakan metode penelitian kuantitatif. Metode penelitian kuantitatif merupakan metode penelitian yang berlandaskan pada filsafat positivisme (mengandalkan empirisme) yaitu mempelajari populasi atau sampel tertentu, teknik pengambilan sampel peneliti lakukan secara acak, alat penelitian juga bersifat objektif guna mengumpulkan data, dan analisis data bersifat kuantitatif atau statistik yang bertujuan untuk menguji hipotesis tertentu (Sugiyono, 2018).

Populasi yang digunakan dalam penelitian ini yaitu pengunjung *Virtual Reality Tourism* Wisata Bandar Grisee Kabupaten Gresik. Dalam penelitian ini peneliti menggunakan teknik pengambilan sampel yaitu teknik purposive sampling. Dan dalam penelitian ini kriteria yang dimaksud yaitu responden yang telah mengunjungi *Virtual Reality Tourism* Bandar Grisee dalam kurun waktu 1 tahun terakhir dan yang berusia minimal 17 tahun.

HASIL

Responden yang telah mengisi kuisioner tercatat 97 responden. Karakteristik responden yang digunakan dalam penelitian ini yaitu gender, umur, dan pekerjaan. Responden dalam penelitian ini merupakan pengunjung *Virtual Reality Tourism* Bandar Grisee Kabupaten Gresik.

1. Berdasarkan kriteria usia, peneliti memperoleh hasil data dari responden sebagai berikut :

Tabel 3 Kriteria Responden

Usia	Frekuensi	Presentase
17 – 20 Tahun	31	32,0 %
21 – 25 Tahun	60	61,9 %
26 – 30 Tahun	2	2,1 %

31 – 35 Tahun	1	1,0 %
>36 Tahun	3	3,1 %
Jumlah	97	100,0 %
Jenis Kelamin	Frekuensi	Presentase
Laki-laki	44	45,4 %
Perempuan	53	54,6 %
Jumlah	97	100,0 %
Status/Pekerjaan	Frekuensi	Presentase
Pelajar	10	10,3 %
Mahasiswa	70	72,2 %
Pegawai Negeri	1	1,0 %
Pegawai Swasta	9	9,3 %
Wiraswasta	7	7,2 %
Jumlah	97	100,0 %

Uji Validitas

Hasil pengujian validitas yang digunakan dalam penelitian ini menggunakan SPSS. Hasil uji validitas tersebut yakni berikut:

Tabel 4 Hasil Uji Validitas

No	Corelation	r hitung	r table	Keterangan
Kualitas Konten (X1)				
1	Konten <i>Virtual Reality Tourism</i> yang valid	0,722	0,1975	Valid
2	Informasi yang diberikan dapat dipercaya kredibilitasnya	0,723	0,1975	Valid
3	Nilai konten yang mendalam	0,724	0,1975	Valid
4	Keluasan informasi dalam <i>Virtual Reality Tourism</i>	0,691	0,1975	Valid
Kualitas Sistem (X2)				
1	Kemudahan dalam menggunakan <i>Virtual Reality Tourism</i>	0,664	0,1975	Valid
2	Sistem <i>Virtual Reality Tourism</i> dapat diandalkan	0,759	0,1975	Valid
3	Kecepatan dalam mengakses <i>Virtual Reality Tourism</i>	0,648	0,1975	Valid
4	Sistem <i>Virtual Reality Tourism</i> yang fleksibel	0,763	0,1975	Valid
5	Keamanan dalam sistem <i>Virtual Reality Tourism</i>	0,669	0,1975	Valid
Niat Berperilaku (Y)				
1	Keinginan merasakan kembali aktivitas <i>Virtual Reality Tourism</i>	0,648	0,1975	Valid
2	Merekomendasikan aktivitas <i>Virtual Reality Tourism</i> kepada orang lain	0,694	0,1975	Valid
3	Menceritakan hal positif <i>Virtual Reality Tourism</i> kepada orang lain	0,768	0,1975	Valid
4	Keinginan untuk mengunjungi secara langsung	0,508	0,1975	Valid

Dari tabel 6 dapat disimpulkan bahwa masing-masing dari item pertanyaan mempunyai nilai r-hitung > nilai tabel (0,1975) dan bernilai positif. Sehingga butir pertanyaan tersebut dinyatakan dapat memenuhi persyaratan kevalidan data.

Uji Reliabilitas

Uji reliabilitas adalah indeks yang memperlihatkan sejauh mana suatu alat ukur dapat diandalkan atau dapat dipercaya (Sugiyono, 2010).

Tabel 5 Hasil Uji Reliabilitas

Variabel	Cronbach's Alpha	Keterangan
Kualitas Konten	0,812	Reliabel
Kualitas Sistem	0,817	Reliabel
Niat Berperilaku	0,772	Reliabel

Berdasarkan pada tabel 7 menampilkan nilai *Cronbach's Alpha* untuk variabel kualitas konten yakni 0,812, kualitas sistem yakni 0,817 dan niat berperilaku yakni 0,772. Sehingga dapat disimpulkan bahwa pernyataan dalam kuesioner tersebut, semua variabel memiliki nilai *Cronbach's Alpha* > 0,60.

Uji Hipotesis Uji T (Uji Parsial)

Tabel 5 Hasil Uji t

Coefficients ^a		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	T	Sig.
Model		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	5.625	1.271		4.427	.000
	Kualitas Konten	.342	.106	.352	3.221	.002
	Kualitas Sistem	.279	.080	.382	3.496	.001

a. Dependent Variable: Niat Berperilaku (Y)

Berdasarkan pada tabel 11 diperoleh t hitung untuk X1 yakni 3.221 dan X2 yakni 3.496. Untuk menentukan t tabel menggunakan lampiran statistika tabel t, yakni dengan memakai rumus $t \text{ tabel} = t (a/2n; n-k-1) = t (0,025; 93) = 1,985$

a. Pengaruh Kualitas Konten

Dapat dilihat bahwa t hitung untuk variabel kualitas konten adalah 3,221 artinya nilai t hitung 3,221 > t tabel 1,985. Sehingga dapat disimpulkan bahwa kualitas konten berpengaruh secara positif dan signifikan terhadap niat berperilaku sehingga dapat disimpulkan bahwa H1 diterima yang berarti dapat pengaruh X1 terhadap Y (Kualitas Konten berpengaruh terhadap Niat Berperilaku).

b. Pengaruh Kualitas Sistem

Dapat dilihat bahwa t hitung untuk variabel kualitas sistem adalah 3,496 artinya nilai t hitung 3,496 > t tabel 1,985. Maka dapat disimpulkan bahwa kualitas sistem berpengaruh secara positif dan signifikan terhadap niat berperilaku sehingga dapat disimpulkan bahwa H2 diterima yang berarti dapat pengaruh X2 terhadap Y (Kualitas Sistem berpengaruh terhadap Niat Berperilaku).

Uji F (Uji Simultan)

Tabel 6 Hasil Uji F

ANOVA ^a						
Model		Sum of Squares	Df	Mean Square	F	Sig.
1	Regression	239.216	2	119.608	40.972	.000 ^b
	Residual	274.413	94	2.919		
	Total	513.629	96			

a. Dependent Variable: Niat Berperilaku
b. Predictors: (Constant), Kualitas Sistem (X2), Kualitas Konten (X1)

Berdasarkan tabel 12 diperoleh F hitung yakni 40,972. Dalam menentukan F tabel menggunakan statistika tabel F, dengan memakai signifikansi 0,05 dan rumus $F_{tabel} = f(k: n-k) = F(2: 95)$. Maka diperoleh F tabel sebesar 3,09. Dapat diartikan nilai F hitung $> F$ tabel yaitu $40,972 > 3,09$. Kesimpulannya, secara simultan variabel kualitas konten dan kualitas sistem berpengaruh secara signifikan terhadap variabel niat berperilaku.

Analisis Linear Berganda

Tabel 7 Analisis Regresi Liner Berganda

Coefficients ^a					
Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	T	Sig.
	B	Std. Error	Beta		
1 (Constant)	5.625	1.271		4.427	.000
Kualitas Konten	.342	.106	.352	3.221	.002
Kualitas Sistem	.279	.080	.382	3.496	.001

a. Dependent Variable: Niat Berperilaku (Y)

Berdasarkan tabel 13 diatas dapat dilihat nilai konstanta (nilai a) sebesar 5.625 dan untuk kualitas konten sebesar 0,342 sementara kualitas sistem sebesar 0,279. Sehingga persamaan regresi multilinear dapat diperoleh sebagai berikut :

$$Y = 5.625 + 0,342X_1 + 0,279X_2 + e$$

Yang berarti:

- Nilai konstanta Niat Berperilaku (Y) yakni 5,625 dimana angka tersebut menunjukkan variabel X1, X2 sama dengan nol yaitu Kualitas konten dan Kualitas sistem, maka Niat Berperilaku adalah sebesar 5,625.
- Koefisien X1 yakni 0,342 angka tersebut menunjukkan bahwa setiap peningkatan variabel X1 sebesar 1%. Sehingga niat berperilaku terjadi peningkatan sebesar 0,342 (%) atau sebaliknya jika terdapat penurunan variabel X1 sebesar 1% sehingga niat berperilaku menurun sebesar 0,342 (%).
- Koefisien X2 yakni 0,279 angka tersebut menunjukkan bahwa setiap peningkatan variabel X2 sebesar 1% sehingga niat berperilaku terjadi peningkatan sebesar 0,279 (%) atau sebaliknya jika terdapat penurunan variabel X2 sebesar 1% sehingga niat berperilaku menurun sebesar 0,279 (%).

Analisis Koefisien Determinasi (R²)

Tabel 8 Analisis Koefisien Determinasi

Model Summary					
Model	R	R Square	Adjusted Square	R	Std. Error of the Estimate
1	.682 ^a	.466	.454		1.70859

a. Predictors: (Constant), Kualitas Sistem (X2), Kualitas Konten (X1)

Berdasarkan tabel 14 dapat disimpulkan bahwa dalam penelitian ini mempunyai nilai R² sebesar 0,454. Nilai tersebut digunakan untuk mengetahui besarnya pengaruh variabel Kualitas Konten dan Kualitas Sistem terhadap Niat Berperilaku pada *Virtual Reality Tourism* Bandar Grisee Kabupaten Gresik. Koefisien Determinasi artinya

menunjukkan besarnya pengaruh variabel independen terhadap variabel dependen yakni 45,4%. Sisanya sebesar 54,6% dipengaruhi oleh variabel diluar penelitian ini.

PEMBAHASAN

Pengaruh Kualitas Konten Terhadap Niat Berperilaku

Berdasarkan hasil dalam penelitian ini menunjukkan bahwa nilai sig hitung dari variabel kualitas konten diperoleh angka sebesar 0,002, angka tersebut lebih kecil dari nilai sig yang ditentukan yakni 0,05, dan nilai t hitung untuk kualitas konten adalah 3.221. Jadi dalam hal ini dapat dikatakan kualitas konten berpengaruh secara positif dan signifikan terhadap niat berperilaku pada *Virtual Reality Tourism* Bandar Grissee Kabupaten Gresik.

Hal tersebut mendukung penelitian yang dilakukan oleh (Sobarna, 2021) bahwa kualitas konten berpengaruh positif terhadap niat berperilaku *Virtual Reality Tourism*. Artinya niat berperilaku wisatawan dipengaruhi oleh baik buruknya suatu kualitas konten pada *Virtual Reality Tourism*. Sejalan dengan penelitian yang dilakukan oleh (Chen et al, 2014) mengenai kualitas konten yakni mengenai informasi empiris yang dapat meyakinkan pengguna untuk dapat mengunjungi destinasi wisata dengan tepat. Berdasarkan hasil penelitian diatas, dapat disimpulkan bahwa niat berperilaku dapat tercipta karena adanya kualitas konten yang baik dalam *Virtual Reality Tourism*.

Pengaruh Kualitas Sistem Terhadap Niat Berperilaku

Berdasarkan hasil penelitian menunjukkan bahwa nilai sig hitung dari variabel kualitas sistem diperoleh angka sebesar 0,001, angka tersebut lebih kecil dari nilai sig yang ditentukan yakni 0,05 dan pada penelitian ini juga diperoleh nilai hitung 3,496. Hal ini dinyatakan bahwa kualitas sistem berpengaruh secara positif dan signifikan terhadap niat berperilaku pada *Virtual Reality Tourism* Bandar Grissee Kabupaten Gresik.

Hal tersebut mendukung penelitian yang dilakukan (Sobarna, 2021) bahwa kualitas sistem berpengaruh positif terhadap niat berperilaku *Virtual Reality Tourism*. Artinya niat berperilaku wisatawan dipengaruhi oleh baik buruknya suatu kualitas sistem pada *Virtual Reality Tourism*. Sejalan dengan penelitian sebelumnya, *Virtual Reality Tourism* dapat merangsang pengguna untuk mengunjungi suatu destinasi wisata melalui suatu sistem (Lin et al, 2020). Berdasarkan hasil penelitian diatas, dapat disimpulkan bahwa niat berperilaku dapat tercipta karena adanya kualitas sistem yang baik dalam *Virtual Reality Tourism*.

SIMPULAN

Dari hasil penelitian dan pembahasan, dapat disimpulkan sebagai berikut: Kualitas konten berpengaruh secara positif dan signifikan terhadap niat berperilaku pada *Virtual Reality Tourism* objek wisata Bandar Grissee Kabupaten Gresik. Jika kualitas konten baik, maka akan berpengaruh terhadap niat berperilaku, sebaliknya jika kualitas konten kurang baik, maka niat berperilaku akan menurun; Kualitas sistem berpengaruh secara positif dan signifikan terhadap niat berperilaku pada *Virtual Reality Tourism* objek wisata Bandar Grissee Kabupaten Gresik. Jika kualitas konten baik, maka akan berpengaruh terhadap niat berperilaku, sebaliknya jika kualitas sistem kurang baik, maka niat berperilaku akan menurun.

DAFTAR PUSTAKA

Arief, M., Mustikowati, R.I., Fathor, A.S., Syarif, M. (2022). Tourist Destination based on SMEs Innovation: A Lesson from Madura Island, Indonesia. WSEAS TRANSACTIONS on BUSINESS and ECONOMICS, 19, 1008-1018, DOI: 10.37394/23207.2022.19.88

- Choi, Youngjoon, Benjamin Hickerson, dan Jinsoo Lee. 2018. "Investigation of the technology effects of online travel media on virtual travel experience and behavioral intention." *Journal of Travel and Tourism Marketing* 35, no. 3 (Maret): 320–35. <https://doi.org/10.1080/10548408.2017.1340224>.
- Han, Heesup, dan Wansoo Kim. 2009. "Outcomes of relational benefits: Restaurant customers' perspective." *Journal of Travel and Tourism Marketing* 26, no. 8 (Desember): 820–35. <https://doi.org/10.1080/10548400903356236>.
- Huang, Yu Chih, Kenneth Frank Backman, Sheila J. Backman, dan Lan Lan Chang. 2016. "Exploring the Implications of Virtual Reality Technology in Tourism Marketing: An Integrated Research Framework." *International Journal of Tourism Research* 18, no. 2 (Maret): 116–28. <https://doi.org/10.1002/jtr.2038>.
- Jannah, M., &Pranjoto, G. H. 2023. Why Do Tourists Have Revisit Intention? The Effect of Customer Experience as a Marketing Strategy. *Proceedings of the 2nd Maritime, Economics and Business International Conference*.
- Kim, Myung Ja, dan C. Michael Hall. 2019. "A hedonic motivation model in virtual reality tourism: Comparing visitors and non-visitors." *International Journal of Information Management* 46, no. Juni (Juni): 236–49. <https://doi.org/10.1016/j.ijinfomgt.2018.11.016>.
- Lee, Minwoo, Seonjeong Ally Lee, Miyoung Jeong, dan Haemoon Oh. 2020. "Quality of virtual reality and its impacts on behavioral intention." *International Journal of Hospitality Management* 90, no. September (September). <https://doi.org/10.1016/j.ijhm.2020.102595>.
- Lin, Li Pin (Lynn), Shu Chun (Lucy) Huang, dan Yao Chun Ho. 2020. "Could virtual reality effectively market slow travel in a heritage destination?" *Tourism Management* 78, no. Juni (Juni). <https://doi.org/10.1016/j.tourman.2019.104027>.
- Nugroho, P., Susandini, A., & Islam, D. (2020). Development of madura salt industrialization amid the covid-19 pandemic. *PalArch's Journal of Archaeology of Egypt/Egyptology*, 17(9), 1621-1636.
- Sobarna, Aditia. 2021. "Prosiding The 12 th Industrial Research Workshop and National Seminar Bandung."
- Sugiyono. 2010. *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D*. Alfabeta Bandung.
- Sugiyono. 2018. *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D*. Alfabeta Bandung.
- Suhendar, Akip, dan Aditya Fernando. 2016. "Aplikasi Virtual tour Berbasis Multimedia Interaktif Menggunakan Autodesk 3Ds Max."
- Wantara, P. (2015). The Relationships among Service Quality, Customer Satisfaction and Customer Loyalty in Library Services. *International Journal of Economics and Financial Issues*, 5(Special Issue) 264-269.
- Waraney, Sumayku P F, Virginia Tulenan, dan Alicia A E Sinsuw. 2017. "Pengembangan Virtual Tour Potensi Wisata Baru Di Sulawesi Utara Menggunakan Teknologi Video 360 Derajat." *Journal Teknik Informatika*. Vol. 12.
- Wei, Wei, Ruoxi Qi, dan Lu Zhang. 2019. "Effects of virtual reality on theme park visitors' experience and behaviors: A presence perspective." *Tourism Management* 71, no. April (April): 282–93. <https://doi.org/10.1016/j.tourman.2018.10.024>.
- Y.-Chen, R.-A. Shang, and M.-J. Li, "The effects of perceived relevance of travel blogs' content on the behavioral intention to visit a tourist destination," *Computers in Human Behavior*, vol. 30, pp. 787-799, 2014.