

**NO. DAFTAR FPIPS : 5601/UN40.A2.8/PT/2024**

**PENGARUH MOTIVASI KONSUMEN TERHADAP *PURCHASE*  
*DECISION* PAKET UMROH PT. MITRA WISATA MULIA  
(Survei pada Konsumen PT. Mitra Wisata Mulia)**

**SKRIPSI**

Diajukan untuk Memenuhi Salah Satu Syarat Memperoleh Gelar Sarjana  
Pariwisata Pada Program Studi Manajemen Pemasaran Pariwisata



Oleh

**Bilqis Mustika Dewi**

**2003763**

**PROGRAM STUDI MANAJEMEN PEMASARAN PARIWISATA  
FAKULTAS PENDIDIKAN ILMU PENGETAHUAN SOSIAL  
UNIVERSITAS PENDIDIKAN INDONESIA**

**2023**

## **LEMBAR HAK CIPTA**

**PENGARUH MOTIVASI KONSUMEN TERHADAP *PURCHASE  
DECISION* PAKET UMROH PADA PT. MITRA WISATA MULIA  
(Survei pada Konsumen PT. Mitra Wisata Mulia)**

Oleh

Bilqis Mustika Dewi 2003763

Sebuah skripsi yang diajukan untuk memenuhi syarat untuk memperoleh gelar  
Sarjana Pariwisata pada Program Studi Manajemen Pemasaran Pariwisata  
Fakultas Ilmu Pengetahuan Sosial  
Universitas Pendidikan Indonesia

©Bilqis Mustika Dewi, 2024

Universitas Pendidikan Indonesia

Hak cipta dilindungi Undang – Undang

Skripsi ini tidak boleh diperbanyak sebagian atau seluruhnya.  
Dengan cetak ulang, difotokopi atau cara lainnya tanpa seizin penulis.

## LEMBAR PENGESAHAN

**LEMBAR PENGESAHAN  
PENGARUH MOTIVASI KONSUMEN TERHADAP *PURCHASE*  
*DECISION* PAKET UMROH PT. MITRA WISATA MULIA**

(Survei pada Konsumen PT. Mitra Wisata Mulia)

Skripsi ini disetujui dan disahkan oleh :

**Pembimbing I**

  
**Dr. Bagja Waluya, S.Pd., M.Pd.**  
NIP. 19721 024 200112 1 001

**Pembimbing II**

  
**Riko Arrasyid, S.Pd., M.Pd.**  
NIP. 920190219921002101

Mengetahui,

**Ketua Prodi**

**Manajemen Pemasaran Pariwisata**

  
**Taufik Abdullah, S.E., M.M.Par., Ph.D.**  
**NIP. 198510242014041001**

**Tanggung Jawab Yuridis  
Ada Pada Peneliti**

  
**Bilqis Mustika Dewi**  
NIM. 2003763

## LEMBAR PERNYATAAN

Dengan ini saya menyatakan bahwa skripsi dengan judul “**Pengaruh Motivasi Konsumen Terhadap *Purchase Decision* Paket Umroh PT. Mitra Wisata Mulia**” ini beserta seluruh isinya adalah benar karya penulis sendiri. Penulis tidak melakukan penjiplakan atau pegutipan dengan cara-cara yang tidak sesuai dengan etika ilmu yang berlaku dalam masyarakat keilmuan. Atas pernyataan ini, saya siap menanggung resiko/sanksi apabila dikemudian hari ditemukan adanya pelanggaran etika keilmuan atau ada klaim dari pihak lain terhadap keaslian karya saya ini.

Bandung, 12 Agustus 2024

Yang Membuat Pernyataan,

Bilqis Mustika Dewi

NIM 2003763

## ABSTRAK

PT. Mitra Wisata Mulia merupakan biro perjalanan wisata yang menyelenggarakan perjalanan ibadah Religi. Perusahaan ini berdiri pada tanggal 16 September 2014. PT. Mitra Wisata Mulia adalah perusahaan swasta nasional yang bergerak dalam bidang pariwisata, khususnya penyelenggaraan perjalanan ibadah religi umroh, haji plus dan wisata halal. Pada tahun 2020-2021 PT. Mitra Wisata tidak memiliki konsumen yang merupakan jamaah umroh dikarenakan pandemi yang melanda seluruh dunia yaitu disebabkan oleh *Corona Virus Disease 19* atau COVID-19. Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui pengaruh motivasi konsumen terhadap *purchase decision* paket Umroh PT. Mitra Wisata Mulia. Metode penelitian ini menggunakan metode deskriptif dan verifikatif dengan jenis penelitian kuantitatif. Teknik pengumpulan data yang digunakan adalah kuesioner. Populasi dari penelitian ini adalah konsumen yang melaksanakan ibadah Umroh melalui PT. Mitra Wisata Mulia. Metode pengambilan sampel yang digunakan adalah *systematic random sampling* dengan jumlah responden sebanyak 106. Teknik analisis data yang digunakan adalah teknik analisis linier berganda. Hasil penelitian menunjukkan bahwa secara simultan motivasi konsumen memiliki pengaruh yang signifikan dalam mempengaruhi *purchase decision* konsumen. Secara parsial, kedua dimensi motivasi konsumen yaitu ketertarikan dengan produk dan kebutuhan akan produk memiliki pengaruh yang signifikan terhadap *purchase decision*.

Kata Kunci: Motivasi Konsumen, *Purchase Decision*, PT. Mitra Wisata Mulia

## **ABSTRACT**

*PT Mitra Wisata Mulia is a travel agency that organizes religious worship trips. PT Mitra Wisata Mulia is a national private company engaged in tourism, especially organizing Umrah, Hajj plus and halal tourism religious worship trips. In 2020-2021 PT Mitra Wisata did not have consumers who became Umrah pilgrims due to the pandemic that hit the whole world, which was caused by Corona Virus Disease 19 or COVID-19. This study aims to determine the effect of consumer motivation on purchasing decisions for the Umrah package of PT Mitra Wisata Mulia. This research method uses descriptive and verification methods with quantitative research types. The data collection technique used is a questionnaire. The population of this study were consumers who performed Umrah through PT Mitra Wisata Mulia. The sampling method used was systematic random sampling with a total of 106 respondents. The data analysis technique used is multiple linear analysis techniques. The results showed that simultaneously consumer motivation has a significant influence in influencing consumer purchasing decisions. Partially, the two dimensions of consumer motivation, namely interest in products and need for products, have a significant influence in influencing purchasing decisions.*

*Keywords: Consumer Motivation, Purchase Decision, PT. Mitra Wisata Mulia*

## **KATA PENGANTAR**

Segala Puji bagi Allah SWT karena berkat limpahan rahmat dan karunia-Nya, penulis dapat menyelesaikan proposal yang berjudul Pengaruh Konsumen terhadap Purchase Decision Paket Wisata Religi (Survei pada Konsumen PT. Mitra Wisata Mulia).

Penulis menyadari bahwa penyusunan proposal ini masih jauh dari kesempurnaan, tidak luput dari kesalahan dan kekurangan. Maka dari itu penulis terbuka untuk saran dan masukannya dari semua pihak agar laporan ini dapat menjadi lebih baik lagi. Penulis juga berharap proposal ini dapat memberikan manfaat serta dijadikan sebagai referensi bagi para mahasiswa yang melaksanakan kegiatan magang.

Bandung, 12 Agustus 2024

Penulis

## UCAPAN TERIMA KASIH

Puji dan syukur penulis panjatkan atas kehadiran Allah SWT atas segala berkah, rahmat, dan karunia-Nya yang telah memberikan kesempatan, kekuatan, pengetahuan, pengalaman, kesabaran, dan kesempatan sehingga peneliti mampu menyelesaikan skripsi ini. Namun, Penulis menyadari skripsi ini tidak akan selesai tanpa dukungan, dorongan, bimbingan, bantuan serta doa dari berbagai pihak selama penyusunan skripsi ini. Berkenaan dengan hal tersebut, perkenankanlah peneliti menyampaikan rasa terima kasih yang sebesar-besarnya kepada:

- 1 Allah SWT atas rahmat dan perlindungan-Nya yang diberikan sehingga skripsi bisa terselesaikan.
- 2 Kedua orang tua saya, mama dan papa yang telah menjadi orang tua yang sangat luar biasa untuk saya yang telah mengorbankan materi, waktu, dan tenaga untuk selalu mendukung, mendoakan, memberikan kasih sayang yang luar biasa sehingga selalu ada motivasi untuk mengerjakan dan menyelesaikan skripsi ini.
- 3 Bapak Prof. Dr. Agus Mulyana, M. Hum., selaku Dekan Fakultas Pendidikan Ilmu Pengetahuan Sosial Universitas Pendidikan Indonesia
- 4 Ketua Program Studi Manajemen Pemasaran Pariwisata yaitu Bapak Dr. Taufik Abdullah, S.E., M.M.Par., Ph.D yang selalu memberikan arahan, bimbingan, dan kemudahan dalam memperlengkapi berkas-berkas dari penyusunan seminar proposal hingga penyusunan berkas sidang.
- 5 Bapak Dr. Bagja Waluya, S.Pd., M.Pd. selaku dosen pembimbing I (satu) skripsi ini yang selalu membimbing dengan baik, memberikan masukan dan pemecahan masalah yang tepat dan tepat pada waktu, dan membimbing dengan sepenuh hati. Hingga skripsi ini selesai tepat pada waktunya.
- 6 Bapak Riko Arrasyid, S.Pd., M.Pd. selaku dosen pembimbing II (dua) penulisan skripsi ini yang selalu memberikan motivasi, mengingatkan saya untuk selalu teliti dan tepat waktu, dan memberikan arahan yang baik sehingga penyusunan skripsi ini dapat berjalan dengan lancar.



- 7 Dosen-dosen dan staf program studi Manajemen Pemasaran Pariwisata yang telah memberikan masukan dan dukungan dan membantu segala hal yang berbentuk administrasi saya selama pengerjaan skripsi ini.
- 8 Arya Gading selaku pasangan penulis yang selalu memberikan motivasi, dukungan, bantuan dan semangat kepada penulis.
- 9 Maya Nur Isna dan Anita Astutiningtyas selaku teman dekat penulis selama berkuliah di Universitas Pendidikan Indonesia dan selalu membantu penulis dalam segala hal.
- 10 Rifa Ilmi, Mentari Feba, Alfina Mithwa selaku teman dekat penulis yang selalu memberikan semangat dan bantuan kepada penulis.
- 11 Terimakasih untuk teman-teman saya sejawat seperjuangan Manajemen Pemasaran Pariwisata angkatan 2020.
- 12 Dan buat pihak yang telah banyak membantu menyelesaikan skripsi ini, peneliti mengucapkan terima kasih yang tak terhingga.

Semoga Allah AWT, memberikan balasan dengan segala kebaikan dunia dan ahirat atas keikhlasan dan dan kebaikan semua pihak yang telah diberikan kepada penulis. Harapan penulis semoga skripsi ini dapat bermanfaat bagi semua pihak yang membacanya, khususnya pengembangan untuk ilmu pariwisata. Penulis menyadari bahwa masih banyak kekurangan dan ketidaksempurnaan didalam penelitian skripsi ini. Oleh karena itu, peneliti menerima masukan dan saran untuk perbaikan di masa mendatang.

Bandung, 12 Agustus 2024

Penulis

## DAFTAR ISI

|                                                                |     |
|----------------------------------------------------------------|-----|
| Contents                                                       | 1   |
| SKRIPSI .....                                                  | 1   |
| LEMBAR HAK CIPTA .....                                         | i   |
| LEMBAR PENGESAHAN .....                                        | ii  |
| LEMBAR PERNYATAAN .....                                        | iii |
| ABSTRAK .....                                                  | iv  |
| KATA PENGANTAR .....                                           | vi  |
| UCAPAN TERIMA KASIH .....                                      | vii |
| DAFTAR ISI .....                                               | ix  |
| DAFTAR TABEL .....                                             | xii |
| DAFTAR GAMBAR .....                                            | xiv |
| BAB I PENDAHULUAN .....                                        | 1   |
| 1.1 Latar Belakang Penelitian .....                            | 1   |
| 1.2 Rumusan Masalah .....                                      | 8   |
| 1.3 Tujuan Penelitian .....                                    | 8   |
| 1.4 Kegunaan Penelitian .....                                  | 9   |
| BAB II KAJIAN PUSTAKA, KERANGKA PEMIKIRAN, DAN HIPOTESIS ..... | 10  |
| 2.1 Kajian Pustaka .....                                       | 10  |
| 2.1.1 Konsep Purchase Decision .....                           | 10  |
| 2.1.2 Konsep Motivasi Konsumen .....                           | 18  |
| 2.2 Kerangka Pemikiran .....                                   | 26  |
| 2.3 Hipotesis .....                                            | 28  |
| BAB III METODOLOGI PENELITIAN .....                            | 30  |
| 3.1 Objek Penelitian .....                                     | 30  |
| 3.2 Metode Penelitian .....                                    | 30  |
| 3.2.1 Jenis Penelitian dan Metode yang Digunakan .....         | 30  |
| 3.2.2 Operasional variabel .....                               | 31  |
| 3.2.3 Jenis dan Sumber Data .....                              | 36  |
| 3.2.4 Populasi, Sampel dan Teknik Penarikan Sampel .....       | 37  |
| 3.2.5 Teknik Pengumpulan Data .....                            | 39  |
| 3.2.6 Pengujian Validitas dan Reliabilitas .....               | 39  |
| 3.2.7 Rancangan Analisis Data .....                            | 46  |

|                                                                                                                        |    |
|------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|----|
| 3.2.8 Analisis Regresi Berganda.....                                                                                   | 49 |
| 3.2.9 Rancangan Pengujian Hipotesis.....                                                                               | 52 |
| BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN.....                                                                            | 54 |
| 4.1 Profil Perusahaan, Karakteristik dan Pengalaman Responden.....                                                     | 54 |
| 4.1.1 Profil PT. Mitra Wisata Mulia .....                                                                              | 54 |
| 4.1.2 Profil Responden Berdasarkan Karakteristik.....                                                                  | 55 |
| 4.1.3 Profil Responden Berdasarkan Pengalaman .....                                                                    | 58 |
| 4.2 Gambaran Motivasi Konsumen Terhadap Paket Umroh pada PT. Mitra Wisata Mulia .....                                  | 61 |
| 4.2.1 Tanggapan Konsumen Mengenai Ketertarikan Dengan Produk Paket Umroh PT. Mitra Wisata Mulia.....                   | 62 |
| 4.2.2 Tanggapan Konsumen Mengenai Kebutuhan Akan Produk Umroh PT. Mitra Wisata Mulia .....                             | 63 |
| 4.2.3 Rekapitulasi Tanggapan Responden Terhadap Motivasi Konsumen pada Paket Umroh PT. Mitra Wisata Mulia .....        | 64 |
| 4.3 Gambaran <i>Purchase Decision</i> Terhadap Paket Umroh pada PT. Mitra Wisata Mulia .....                           | 66 |
| 4.3.1 Tanggapan Konsumen Mengenai <i>Product Choice</i> Paket Umroh PT. Mitra Wisata Mulia.....                        | 66 |
| 4.3.2 Tanggapan Konsumen Mengenai <i>Purchase Amount</i> Paket Umroh PT. Mitra Wisata Mulia .....                      | 67 |
| 4.3.3 Tanggapan Konsumen Mengenai <i>Payment Method</i> Paket Umroh PT. Mitra Wisata Mulia.....                        | 68 |
| 4.3.4 Rekapitulasi Tanggapan Responden Terhadap <i>Purchase Decision</i> pada Paket Umroh PT. Mitra Wisata Mulia ..... | 69 |
| 4.4 Pengaruh Motivasi Konsumen Terhadap <i>Purchase Decision</i> Paket Umroh Pada PT. Mitra Wisata Mulia.....          | 71 |
| 4.4.1 Hasil Uji Asumsi Regresi.....                                                                                    | 71 |
| 4.4.2 Hasil Pengujian Korelasi dan Koefisien Determinasi.....                                                          | 75 |
| 4.4.3 Pengujian Hipotesis dan Uji Signifikansi Secara Simultan (Uji F) .....                                           | 76 |
| 4.4.4 Pengujian Hipotesis dan Uji Signifikansi Secara Parsial (Uji T)....                                              | 77 |
| 4.4.5 Model Persamaan Regresi Linier Berganda Pengaruh Motivasi Konsumen Terhadap <i>Purchase Decision</i> .....       | 77 |
| 4.5 Pembahasan Hasil Penelitian.....                                                                                   | 78 |
| 4.5.1 Tanggapan Konsumen PT. Mitra Wisata Mulia Terhadap Motivasi Konsumen .....                                       | 78 |

|                            |                                                                             |    |
|----------------------------|-----------------------------------------------------------------------------|----|
| 4.5.2                      | Tanggapan Konsumen PT. Mitra Wisata Mulia Terhadap <i>Purchase Decision</i> | 79 |
| 4.5.3                      | Pengaruh Motivasi Konsumen Terhadap <i>Purchase Decision</i>                | 80 |
| 4.6                        | Implikasi Hasil Penelitian                                                  | 81 |
| 4.6.1                      | Temuan Hasil Penelitian yang Bersifat Teoritik                              | 81 |
| 4.6.2                      | Temuan Hasil Penelitian yang Bersifat Empirik                               | 81 |
| BAB V                      |                                                                             | 83 |
| KESIMPULAN DAN REKOMENDASI |                                                                             | 83 |
| 5.1                        | Kesimpulan                                                                  | 83 |
| 5.2                        | Rekomendasi                                                                 | 84 |
| DAFTAR PUSTAKA             |                                                                             | 85 |
| LAMPIRAN                   |                                                                             | 90 |

## DAFTAR TABEL

|                                                                                                                       |    |
|-----------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|----|
| Tabel 1.1 Jumlah Jamaah Umroh Indonesia .....                                                                         | 2  |
| Tabel 1.2 Jumlah Jamaah Umroh Pt. Mitra Wisata Mulia .....                                                            | 7  |
| Tabel 2.1 Sitasi Definisi Purchase Decision Menurut Para Ahli .....                                                   | 13 |
| Tabel 2.2 Dimensi Purchase Decision Menurut Para Ahli .....                                                           | 15 |
| Tabel 2.3 Sitasi Definisi Motivasi Konsumen Menurut Para Ahli .....                                                   | 19 |
| Tabel 2.4 Dimensi Motivasi Konsumen Menurut Para Ahli .....                                                           | 21 |
| Tabel 3.1 Operasional Variabel .....                                                                                  | 32 |
| Tabel 3.2 Jenis dan Sumber Data .....                                                                                 | 36 |
| Tabel 3.3 Hasil Pengujian Validitas .....                                                                             | 41 |
| Tabel 3.4 Favorabel .....                                                                                             | 43 |
| Tabel 3.5 Hasil Pengujian Reliabilitas .....                                                                          | 46 |
| Tabel 3.6 Alternatif Jawaban Menurut Skala Likert .....                                                               | 47 |
| Tabel 4.1 Klasifikasi Responden Berdasarkan Jenis Kelamin Dan Usia .....                                              | 56 |
| Tabel 4.2 Klasifikasi Responden Berdasarkan Pekerjaan Dan Penghasilan<br>Perbulan .....                               | 57 |
| Tabel 4.3 Klasifikasi Responden Berdasarkan Daerah Asal Dan Pendidikan<br>Terakhir .....                              | 58 |
| Tabel 4.4 Klasifikasi Responden Berdasarkan Status .....                                                              | 58 |
| Tabel 4.5 Pengalaman Responden Berdasarkan Jumlah Umroh Yang Pernah<br>Dilakukan .....                                | 59 |
| Tabel 4.6 Pengalaman Responden Berdasarkan Jumlah Umroh Yang Pernah<br>Dilakukan Melalui PT. Mitra Wisata Mulia ..... | 60 |
| Tabel 4.7 Pengalaman Responden Berdasarkan Tahun Pelaksanaan Umroh .....                                              | 60 |
| Tabel 4.8 Pengalaman Responden Berdasarkan Sumber Informasi .....                                                     | 61 |
| Tabel 4.10 Tanggapan Konsumen Terhadap Ketertarikan Dengan Produk Pada<br>Motivasi Konsumen .....                     | 62 |
| Tabel 4.11 Tanggapan Konsumen Terhadap Kebutuhan Akan Produk Pada<br>Motivasi Konsumen .....                          | 63 |
| Tabel 4.12 Rekapitulasi Hasil Tanggapan Responden Terhadap Motivasi<br>Konsumen Pt. Mitra Wisata Mulia .....          | 65 |
| Tabel 4.13 Tanggapan Konsumen Terhadap Product Choice Pada Purchase<br>Decision .....                                 | 67 |
| Tabel 4.14 Tanggapan Konsumen Terhadap Purchase Amount Pada Purchase<br>Decision .....                                | 68 |
| Tabel 4.15 Tanggapan Konsumen Terhadap Payment Method Pada Purchase<br>Decision .....                                 | 69 |
| Tabel 4.16 Rekapitulasi Hasil Tanggapan Responden Terhadap Purchase Decision<br>Pt. Mitra Wisata Mulia .....          | 69 |
| Tabel 4.17 Hasil Pengujian Asumsi Normalitas Dengan Memnggunakan<br>Kolmogorov-Smirnov .....                          | 72 |
| Tabel 4.18 Hasil Pengujian Asumsi Heteroskedastisitas .....                                                           | 73 |
| Tabel 4.19 Hasil Pengujian Asumsi Multikolinearitas .....                                                             | 73 |

## DAFTAR GAMBAR

|                                                                                                       |    |
|-------------------------------------------------------------------------------------------------------|----|
| Gambar 2.1 Model Consumer Decision-Making .....                                                       | 12 |
| Gambar 2.2 Model Purchase Decision.....                                                               | 17 |
| Gambar 2.3 Model Motivasi Konsumen.....                                                               | 25 |
| Gambar 2.4 Kerangka Pemikiran Penelitian Pengaruh Keputusan Pembelian Terhadap Purchase Decision..... | 27 |
| Gambar 2.5 Paradigma Penelitian Pengaruh Keputusan Pembelian Terhadap Purchase Decision .....         | 28 |
| Gambar 3.1 Paradigma Regresi Berganda .....                                                           | 50 |
| Gambar 4.1 Garis Kontinum Pada Motivasi Konsumen.....                                                 | 66 |
| Gambar 4.2 Garis Kontinum Pada Purchase Decision.....                                                 | 71 |

## DAFTAR PUSTAKA

- (FANNYN, 2019). 2019. “BAB II Tinjauan Pustaka BAB II TINJAUAN PUSTAKA 2.1. 1–64.” *Gastronomía ecuatoriana y turismo local*. 1(69): 5–24.
- “1-8 (2).”
- “17.0101.0066\_BAB I\_BAB II\_BAB III\_BAB V\_DAFTAR PUSTAKA (1) - Anisatus Sokhiyah.”
- “2297-6161-1-SM.”
- A. Deskripsi Teori.*
- Ajjjah, Jijah Hilyatul, and Evi Selvi. 2021. “Pengaruh Kompetensi Dan Komunikasi Terhadap Kinerja Perangkat Desa.” 13(2): 232–36.
- Ali, Hapzi. 2019. “Purchase Decision and Repurchase Models: Product Quality and Process Analysis (Case Study of House Ownership Credit Financing in Permata Sharia Bank Jakarta).” *Scholars Bulletin* 05(09): 526–35.
- Alkatiri, Putri Hawa, Asep Muhamad Ramdan, and Faizal Mulia Z. 2022. “Analysis of Advertising Effectiveness Free Shipping and Consumer Trust to Increase Purchase Decisions.” *Almana : Jurnal Manajemen dan Bisnis* 6(2): 209–20.
- Andari, Rini, Taufik Abdullah, and D. Aulia. 2019. “The Effect of Costumer Ethnocentrism on Tourists’ Purchase Decision.” 259(Isot 2018): 323–25.
- Arda, Mutia, and Yayuk Hayulina Manurung. 2021. “The Effect of Consumer Motivation on Halal Food Purchase Decisions on Street Traders of Kesawan Medan Area in the Pandemic Period of Covid 19.” *Proceeding International Seminar on Islamic Studies* 2(October 2020): 62–68.
- Aryanto, Urip. 2018. “Bab III - Metode Penelitian Metode Penelitian.” *Metode Penelitian* (1): 32–41.
- Asrini, and Musnaini. 2019. “MENINGKATKAN MOTIVASI KONSUMEN MEMBELI PRODUK LOKAL DI KOTA JAMBI.” *Jurnal Manajemen dan*

*Bisnis* 1(1).

Avram, Bogdan. 2019. "Examining Relationships between Destination Image, Tourist Motivation, Satisfaction, and Visit Intention in Yogyakarta." *Expert Journal of Business and Management* 7(1): 91–99.

"BAB 2 - 08601247038."

Cajiao, Daniela et al. 2022. "Tourists' Motivations, Learning, and Trip Satisfaction Facilitate pro-Environmental Outcomes of the Antarctic Tourist Experience." *Journal of Outdoor Recreation and Tourism* 37: 100454. <https://doi.org/10.1016/j.jort.2021.100454>.

Covid-, Menghadapi Pandemi et al. 2020. "1 , 2 1." 16(2): 113–27.

Dai, Tianchen, Carola Hein, and Tong Zhang. 2019. "Understanding How Amsterdam City Tourism Marketing Addresses Cruise Tourists' Motivations Regarding Culture." *Tourism Management Perspectives* 29(December 2018): 157–65. <https://doi.org/10.1016/j.tmp.2018.12.001>.

"Garuda1211458."

Hanaysha, Jalal Rajeh. 2022. "International Journal of Information Management Data Insights Impact of Social Media Marketing Features on Consumer ' s Purchase Decision in the Fast-Food Industry : Brand Trust as a Mediator." *International Journal of Information Management Data Insights* 2(2): 100102. <https://doi.org/10.1016/j.jjime.2022.100102>.

Huriartanto Djahur Hamid Pravissi Shanti, Aditya. 28 Jurnal Administrasi Bisnis (JAB)|Vol PENGARUH MOTIVASI DAN PERSEPSI KONSUMEN TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN TIKET PESAWAT (Survei Pada Konsumen Terminal Tiket Malang).

Iii, B A B. 2018. "Bab Iii Metode Penelitian 3.1." : 41–52.

———. 2020. "Bab Iii Metode Penelitian 3.1." : 23–31.

Iii, B A B, and Metode Penelitian. 2022. "Et Al., 2019)." : 30–47.

Indriyani, Ratih, and Atita Suri. 2020. "Pengaruh Media Sosial Terhadap



- Keputusan Pembelian Melalui Motivasi Konsumen Pada Produk Fast Fashion.” *Jurnal Manajemen Pemasaran* 14(1): 25–34.
- Jiang, Shan, Noel Scott, Li Tao, and Peiyi Ding. 2019. “Chinese Tourists’ Motivation and Their Relationship to Cultural Values.” *Anatolia* 30(1): 90–102. <https://doi.org/10.1080/13032917.2018.1504312>.
- Joel, Greg, James DD Massie, and Jantje L Sepang. 1463. “Pengaruh Motivasi, Persepsi Harga, Dan Kualitas Produk Terhadap Minat Beli Konsumen Sepeda Motor Matic Merek Yamaha Mio Di Kota Manado.” *Jurnal EMBA* 2(3): 1463–72.
- Kotler, Philip, John T Bowen, James C Makens, and Seyhmus Baloglu. 2021. *Pearson Marketing for Hospitality and Tourism, Global Edition*.
- Lubis, Zulkifli et al. 2019. “The Effect Of Consumer Motivation, Quality Perception, And Consumer Attitude To The Decision Of Purchase Of Honda Brand Motorcycle IN Lamongan District.” *Jurnal Mantik* 3(3): 157–61. <https://iocscience.org/ejournal/index.php/mantik>.
- Mappesona, Henry, Khilyatin Ikhsani, and Hapzi Ali. 2020. 9 International Journal of Supply Chain Management IJSCM *Customer Purchase Decision Model, Supply Chain Management and Customer Satisfaction: Product Quality and Promotion Analysis*. Online. <http://excelingtech.co.uk/>.
- Mardiani, Eri et al. 2020. “Perilaku Konsumen Terhadap E-Commerce Disaat Pandemi Covid 19 Di Shop And Travel Program Studi Informatika Universitas Nasional , Program Studi Animasi Politeknik Negeri.” *Jurnal Informatik* 16(3): 3–7.
- Michelle, Anastasia, and Daniel Susilo. 2021. “The Effect of Instagram Social Media Exposure on Purchase Decision.” *ETTISAL : Journal of Communication* 6(1): 36.
- Nur Ramadhani, Annisa, and Muhammad Iqbal Fasa. 2022. “ANALISIS METODE PEMBAYARAN DALAM MENINGKATKAN MINAT BELI KONSUMEN PADA E-COMMERCE: TINJAUAN PERSPEKTIF

EKONOMI ISLAM.” 15(01).

Oktavian, Rizky Ferrari, and Henky Wahyudi. 2022. “The Influence of Product Quality and Price on Purchase Decisions.” *Almana : Jurnal Manajemen dan Bisnis* 6(2): 379–92.

“Performa,+08+James+Prabowo+Soetanto.”

Pinto, Ivete, and Conceição Castro. 2019. “Online Travel Agencies: Factors Influencing Tourists’ Purchase Decisions.” *Tourism and Management Studies* 15(2): 7–20.

Prof. Dr. A. Muri Yusuf, M.Pd. 2014. 59 مجله دانشکده پزشکی دانشگاه علوم پزشکی مشهد  
*METODE PENELITIAN Kuantitatif, Kualitatif, Dan Penelitian Gabungan.*

Raf, Mulyadi. “PENGARUH FAKTOR-FAKTOR MEMOTIVASI KONSUMEN BERBELANJA TERHADAP KEPUTUSAN KONSUMEN BERBELANJA DI PASAR MODERN KOTA JAMBI (The Influence Of Consumer’s Motivation Factors On Consumer Decision on Shopping at Modern Market In Jambi ).” 1(1).

“Risk : Jurnal Riset Bisnis Dan Ekonomi.” 2020. <http://ojs.unik-kediri.ac.id/index.php/jimek>.

Rois, Nur. *KONSEP MOTIVASI, PERILAKU, DAN PENGALAMAN PUNCAK SPIRITUAL MANUSIA DALAM PSIKOLOGI ISLAM.*

Santoso, Aprih, and Audi Sispradana. 2021. “Analysis toward Purchase Decision Determinant Factors.” *Asian Management and Business Review* 1(2): 155–64.

ScholarWorks, Uark, Uark Graduate Theses, and Murphy Brianne Aycock. 2021. *Consumer Motivations and Perceived Value in Online Second-Consumer Motivations and Perceived Value in Online Second-Hand Luxury Fashion Shopping Hand Luxury Fashion Shopping*. <https://scholarworks.uark.edu/etd>.

Sekaran, Uma, and Roger Bougie. 2016. “Research Methods for Business: A Skill-Building Approach.” In *WILEY*, United Kingdom: Wiley, 448/447.

- Sinambela, Ella Anastasya. 2021. "Examining the Relationship between Tourist Motivation, Touristic Attractiveness, and Revisit Intention." *Journal of Social Science Studies (JOS3)* 1(1): 25–30.
- Sudirjo, Frans. 2021. "Social Media, Consumer Motivation, And Consumer Purchase Decision For Fashion Consumers In Semarang District." *Jurnal Manajemen* 12(1): 78.
- Sugiyono. 2012. *Metode Penelitian Pendidikan Pendekatan Kuantitatif, Kualitatif, Dan R&D*. Bandung: Alfabeta.
- Testa, Riccardo et al. 2019. "Culinary Tourism Experiences in Agri-Tourism Destinations and Sustainable Consumption-Understanding Italian Tourists' Motivations." *Sustainability (Switzerland)* 11(17): 1–17.
- Viera Valencia, Luis Felipe, and Dubian Garcia Giraldo. 2019. "濟無No Title No Title No Title." *Angewandte Chemie International Edition*, 6(11), 951–952. 2: 45–66.
- Wahyuni, Sri, and Aurika Praninta. 2021. "The Influence of Brand Equity and Service Quality on Purchase Decisions on Garuda Indonesia Airline Services." 1(1): 28–38. <http://journal.publindoakademika.com/index.php/RH>.
- Wikansari, Rinandita et al. 2023. "Business Psychology Analysis of Consumer Purchasing Factors: A Literature Review."
- Yusuf, Muri. 2017. *Metode Penelitian : Kuantitatif, Kualitatif Dan Penelitian Gabungan*. Cetakan ke. Jakarta: Jakarta : Prenadamedia Group.