

ABSTRAK

Aldiana, 0906322, Upaya Meningkatkan Keputusan Pembelian Melalui *Packaging* Di Tjawene Adventure (Survey kepada partisipan yang membeli paket di Tjawene Adventure). Skripsi 2015, dibawah bimbingan Heny Hendrayati, S.Ip., MM. dan Oce Ridwanudin, SE., MM

Kabupaten Bandung merupakan salah satu kabupaten yang terdapat di Bandung. Keragaman potensi wisata yang terdapat di daerah Kabupaten Bandung salah satunya adalah wisata olahraga. Tjawene Adventure adalah salah satu daya tarik wisata olahraga yang ada di Kabupaten Bandung. Tjawene Adventure memiliki tingkat pembelian yang fluktuatif (naik turun) dan masih berada di bawah pesaing-pesaingnya. Tjawene Adventure mengimplementasikan *marketing mix of sport* yaitu *packaging* yang merupakan bagian dari *product* sebagai strategi untuk meningkatkan keputusan pembelian. Penelitian ini menggunakan teori Blann & Armstrong (2010:208). Tujuan penelitian ini untuk memperoleh temuan mengenai *packaging*, keputusan pembelian, dan pengaruh dari *packaging* terhadap keputusan pembelian. Jenis penelitian yang digunakan adalah deskriptif dan verifikatif, dengan teknik sampling *stratified random sampling*, serta jumlah sampel 100 responden. Teknik analisis data yang digunakan adalah regresi linear berganda. Temuan penelitian ini menunjukkan bahwa *packaging* dan keputusan pembelian memiliki tanggapan tinggi. *Packaging* dengan dimensi *core product* (X_1) dan *product extensions* (X_2) mempunyai pengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian.

Kata kunci : wisata olahraga, *packaging*, *core product*, *product extensions*, keputusan pembelian

ABSTRACT

Aldiana, 0906322, Effort to Improve Purchasing Decision Through Packaging in Tjawene Adventure (Survey on Participant Who Buy Package in Tjawene Adventure). Thesis 2015, Under guidance Heny Hendrayati, S.Ip., MM. and Oce Ridwanudin, SE., MM

Bandung Regency is one of the districts that are in Bandung. The diversity of the tourism potential in Bandung regency, one of which is the sports tourism. Tjawene Adventure is one of the sport tourism attractions in Bandung regency. Tjawene Adventure has a fluctuating level of purchases (up and down) and remained below its competitors. Tjawene Adventure implement the marketing mix of sport, namely packaging, which is part of the product as a strategy to increase the purchasing decision. This research use Blann & Armstrong (2010:208) theory. The purpose of this study to obtain findings regarding packaging, purchasing decisions, and the effect of packaging to purchasing decisions. This type of research is descriptive and verification, with a stratified random sampling technique, as well as the sample size of 100 respondents. The data analysis technique used is multiple linear regression. The findings of this study indicate that the packaging and purchasing decisions have a high response. Packaging with dimensions of core product (X_1) and product extensions (X_2) has a significant influence on purchasing decisions.

Key word : sport tourism, packaging, core product, product extensions, purchasing decision