

## ABSTRAK

**Selna Sari Purnama Dewi, 0900466, Pengaruh *Packaging* Terhadap Proses Keputusan Pembelian Paket Wisata Olahraga *Rafting* Arus Liar** (Survei pada Wisatawan yang menggunakan Paket Wisata Olahraga *Rafting* ke Arus Liar), Skripsi 2013, di bawah bimbingan Dr. Vanessa Gaffar, SE., AK., MBA dan Oce Ridwanudin, SE., MM.

Perekonomian dunia selama dua dekade terakhir mengalami ekstensif sosial dan ekonomi transformasi, salah satunya dalam industri pelayanan jasa terutama dalam industri pariwisata. Wisata olahraga merupakan salah satu industri pariwisata yang menjadi tren dan mengalami pertumbuhan yang pesat. *Sport tourism* di beberapa negara di dunia mengalami pertumbuhan yang signifikan dan *multiplier effect* (mendatangkan pengaruh terhadap sektor lain) karena aktivitas pariwisata tidak dapat terlepas dari berbagai sektor lainnya yang berhubungan dengan pariwisata yang saling mendukung dan terintegrasi satu sama lain. Di Indonesia wisata olahraga menjadi objek dan atraksi wisata baru yang berkontribusi besar dan menguntungkan. Jawa Barat merupakan salah satu provinsi yang memiliki sumber daya alam yang sangat potensial, salah satunya Kota Sukabumi yang mengembangkan Wisata Olahraga sebagai salah satu daya tarik wisata untuk meningkatkan kunjungan wisatawan ke kota tersebut. Arus Liar mengembangkan potensi tersebut sebagai suatu kawasan wisata olahraga petualangan terutama untuk atraksi wisata olahraga *rafting*, karena Sukabumi memiliki sungai yang sangat potensial dan kondisi alam yang menarik. Oleh karena itu strategi pemasaran menjadi ujung tombak utama dalam memperkenalkan dan memasarkan suatu produk wisata untuk menarik minat wisatawan. Produk dan jasa harus disajikan secara menarik untuk menciptakan suatu keputusan pembelian terutama untuk paket wisata olahraga *rafting* ke Arus Liar. Paket *rafting* yang ditawarkan Arus Liar yang didasarkan pada pemenuhan kebutuhan wisatawan yang beraneka ragam baik dari segi penyediaan waktu tempuh perjalanan, *grade* jeram, harga, maupun fasilitas kegiatan. Sehingga secara umum strategi yang dilakukan oleh Arus Liar adalah strategi pemasaran produk *packaging*. Dalam penelitian ini, variabel bebas (X) yang digunakan yaitu *Packaging* yang terdiri dari *attraction or demand generator, value, planning and coordination, consistent quality and compability, distinctive customer benefit*, dan *cover all the details*. Variabel tidak terikat (Y) yaitu Proses Keputusan Pembelian. Jenis penelitian yang digunakan adalah deskriptif verifikatif, dan metode yang digunakan adalah survei dengan teknik *systematic random sampling*, maka diperoleh jumlah sampel sebesar 100 responden. Teknik analisis data dan uji hipotesis yang digunakan adalah *path analysis* (analisis jalur).

Kata kunci : *Packaging*, Proses Keputusan Pembelian, Arus Liar

## ABSTRACT

**Selna Sari Purnama Dewi, 0900466, *The Influence of Packaging to Purchase Decision Process of Rafting Package Arus Liar*** (Survey to Tourist which used Rafting Package Arus Liar, Thesis 2013, under the guidance of Dr. Vanessa Gaffar, SE., AK., MBA and Oce Ridwanudin, SE., MM.

The world economy over the past two decades has an extensive social and economic transformation, tourism service is one of industries which have been significant increased. Sport tourism in some countries is becoming a new trend and is being developed on a large scale. Sport in some countries in the world had a significant growth and multiplier effect (bring an impact on other sectors), because activity of tourism cannot in spite of wide other sectors relating to tourism of mutual support which integrated each other. In Indonesia, sport tourism has become a new object and attraction which contributed on large scale and profitable. West java is one of the province which has natural resources that is really prospective in the future, one of them is Sukabumi City who developed sport tourism as one of tourist attraction to increase visits of tourists to the city. Arus Liar develop the potential as a sport tourism adventure area primarily for rafting, because Sukabumi has a potential and attractive river and natural conditions. Therefore marketing strategies become a main spearhead in introducing a tourist destination and markets the products to attract tourists. Products and services should be presented in an interesting package to create a purchasing decision primarily for rafting package to Arus Liar. Rafting package which Arus Liar offered is based on fulfillment of tourist needs which is variegated both in terms of the provision of rafting, grade, price, and facility of activities. So that in general strategy, Arus Liar used marketing strategy packaging of product. In this study, the independent variable (X) used Packaging which is consist of attraction or demand generator, value, planning and coordination, consistent quality and compability, distinctive customer benefit, and cover all the details. Dependent variable (Y) is Purchase Decision Process. This type of study is a descriptive verificative, and the method used is survey with systematic random sampling technique, the obtained sample size of 100 respondents. Techniques of data analysis and hypothesis test used is the path Analysis

Keyword : Packaging, Purchase Decision Process, Arus Liar