

ABSTRAK

Restu Wilaga Pratama, 1100888, “Pengaruh *Personal Selling* Terhadap Keputusan Berkunjung *Theater IMAX Keong Emas Taman Mini Indonesia Indah*” (Survei pada pengambil keputusan wisatawan *group Theater IMAX Keong Emas Taman Mini Indonesia Indah*). Di bawah bimbingan Heri Puspito Diyah Setiyorini, MM. dan Taufik Abdullah, SE., MM. Par.

Taman Mini Indonesia Indah merupakan salah satu destinasi wisata yang paling banyak dikunjungi oleh para wisatawan. Taman Mini Indonesia Indah memiliki beberapa atraksi wisata, diantaranya anjungan-anjungan seluruh provinsi yang ada di Indonesia, museum, tempat beribadah bagi semua agama yang dianut, *Theater IMAX keong emas*, dan lain sebagainya. *Theater IMAX Keong Emas* merupakan salah satu destinasi wisata yang ada di Taman Mini Indonesia Indah. *Theater IMAX Keong Emas* menampilkan pertunjukan film dengan tema kebudayaan, ilmu pengetahuan, dan terkadang mempertunjukkan film *box office hollywood*. Pada tahun 2012 hingga 2014 kunjungan wisatawan *group* ke *Theater IMAX Keong Emas Taman Mini Indonesia Indah* mengalami penurunan. Salah satu upaya yang dilakukan *Theater IMAX Keong Emas Taman Mini Indonesia Indah* untuk dapat meningkatkan keputusan berkunjung wisatawan *group* yaitu pengelola perlu mengetahui pemahaman tentang *personal selling*. Variabel *independent* dari penelitian ini adalah *personal selling* (X) yang terdiri dari sub variabel *approach, presentation and demonstration, handling objections, clossingdan follow up*. Variabel *dependent* yaitu keputusan berkunjung (Y) yang terdiri dari pemilihan produk, pemilihan merk, pemilihan *dealer*, pemilihan waktu kunjungan dan metode pembayaran. Jenis penelitian yang digunakan adalah deskriptif dan verifikatif. Metode yang digunakan *explanatory survey*. Sampel dalam penelitian ini sebanyak 82 responden yaitu pengambil keputusan wisatawan *group* yang mengunjungi *Theater IMAX Keong Emas Taman Mini Indonesia Indah*, dengan teknik penarikan sampel yaitu *stratified random sampling*. Teknik analisis data uji hipotesis yang digunakan adalah regresi berganda. Tanggapan wisatawan mengenai *personal selling* di *Theater IMAX Keong Emas Taman Mini Indonesia Indah* dinilai tinggi. Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa sub variabel yang memiliki pengaruh paling tinggi adalah *approach* dan yang memiliki pengaruh paling rendah adalah *handling objections*. Tanggapan wisatawan terhadap keputusan berkunjung di *Theater IMAX Keong Emas Taman Mini Indonesia Indah* juga dinilai tinggi. Indikator pemilihan produk memperoleh nilai tertinggi sedangkan metode pembayaran memperoleh nilai terendah. Berdasarkan pengujian melalui *spss 20 for windows* menunjukkan adanya pengaruh yang simultan dan parsial antara *personal selling* dan keputusan berkunjung. Adapun rekomendasi untuk pengelola *Theater IMAX Keong Emas Taman Mini Indonesia Indah* dalam meningkatkan keputusan berkunjung adalah dengan mengoptimalkan kemampuan memberikan solusi bagi wisatawan dalam mengatasi masalah untuk *handling objections*.

Kata Kunci: Personal Selling dan Keputusan Berkunjung

ABSTRACT

Restu Wilaga Pratama, 1100888, “*The Influence Of Personal Selling Over The Decision To Visit Theater IMAX Keong Emas Taman Mini Indonesia Indah*”(Survei of the decision group visitor *Theater IMAX Keong Emas Taman Mini Indonesia Indah*). Under the supervision of Heri Puspito Diyah Setiyorini, MM. dan Taufik Abdullah, SE., MM. Par.

Taman Mini Indonesia Indah is one of the tourist destinations most visited by tourists. Taman Mini Indonesia Indah has several tourist attractions, among them the bridge-bridge across the provinces in Indonesia, museums, places of worship for all religious beliefs, IMAX Theater golden snail, and so forth. Keong Emas IMAX Theater is one of the tourist destinations in Taman Mini Indonesia Indah. Keong Emas IMAX Theater featuring performances by the film with the theme of culture, science, and sometimes demonstrates hollywood movie box office. In 2012 and 2014 the group tourist visits to the IMAX Theater Keong Emas Taman Mini Indonesia Indah decreased. One of the efforts undertaken Keong Emas IMAX Theater Taman Mini Indonesia Indah to improve decision travelers visiting group that a manager needs to know the understanding of personal selling. The independent variable of this research is personal selling (X) consisting of sub-variables approach, presentation and demonstration, handling Objections, Closing and follow-up. Been dependent variable that decision (Y) consisting of a selection of products, the selection of brands, dealers election, the timing of the visit and the method of payment. This type of research is descriptive and verification. The method used explanatory survey. The sample in this study as many as 82 respondents ie decision makers group travelers who visit the IMAX Theater Keong Emas Taman Mini Indonesia Indah, the sampling technique is stratified random sampling. Data analysis techniques used hypothesis test is multiple regression. Traveler feedback regarding personal selling in the IMAX Theater Keong Emas Taman Mini Indonesia Indah rated high. The results of this study indicate that the sub variables discount is highest impact and the approach that has the lowest influence is handling Objections. Traveller response to the decision to visit at Keong Emas IMAX Theater Taman Mini Indonesia Indah also rated high. Indicators of product selection attained the highest payment method obtaining the lowest value. Based on the test through SPSS 20 for windows indicate that simultaneous and partial effect between personal selling and the decision to visit. The recommendation for Keong Emas IMAX Theater manager Taman Mini Indonesia Indah in improving the decision to visit is to optimize the ability memberikan solution for tourists in addressing the problem of handling Objections

Key Words: Perssonal Selling and Decision to Visit

