

ABSTRAK

Nurmaladewi, 0807185, Pengaruh *Direct Mail* dan *Telemarketing* Terhadap Keputusan Pembelian Paket Umrah Raka Tours and Travel (Survei Pada Pengguna Paket Umrah Raka Tours and Travel) di bawah bimbingan Ridwan Purnama, S.H, M.Si. dan Rini Andari S,Pd.SE.,Par.,MM.

Berkembangnya wisata religi di Indonesia, menjadikan wisata religi menjadi salah satu jenis wisata yang memiliki potensi besar. Umrah dan Haji merupakan jenis wisata religi yang populer di Indonesia. Potensinya dinilai tinggi dikarenakan mayoritas penduduk Indonesia yang beragama Islam. Dengan adanya hal ini pula kerjasama yang muncul diantara Indonesia dan Arab Saudi sebagai negara tujuan wisata semakin erat. Salah satu diantaranya dengan adanya kerja sama travel-travel yang ada di Indonesia dengan travel yang ada di Arab Saudi. Hal ini tentu saja berpengaruh terhadap jumlah usaha-usaha perjalanan wisata di beberapa kota besar di Indonesia salah satunya Kota Bandung.

Salah satu biro perjalanan wisata Kota Bandung adalah Raka Tours and Travel. Raka Tours and Travel adalah suatu BPW (Biro Perjalanan Wisata) yang bergerak dalam bidang pelayanan berbagai kebutuhan wisata, seperti penjualan tiket transportasi udara, hotel voucher, paket wisata, berbagai pelayanan pembuatan dokumen perjalanan, MICE dan perjalanan religi yakni umrah dan haji. Penjualan paket umrah Raka Tours mengalami penurunan dari tahun 2010 sampai dengan tahun 2011. Penurunan penjualan paket umrah Raka Tours tersebut mencapai angka -14.55%. *Direct marketing* khususnya *direct mail* dan *telemarketing* merupakan salah satu strategi yang dapat digunakan untuk meningkatkan penjualan.

Berkaitan dengan hal tersebut maka dilakukan penelitian mengenai pengaruh *direct mail* dan *telemarketing* terhadap keputusan pembelian paket umrah. Langkah – langkah *Direct Marketing* terdiri dari *direct mail* (surat penawaran langsung) dan *telemarketing* (*penjualan melalui telepon*).

Jenis penelitian yang dilakukan adalah deskriptif verifikatif dan metode yang digunakan adalah *cross sectional method* dengan ukuran sampel menggunakan rumus iterasi, maka diperoleh jumlah sampel sebanyak 110 responden. Teknik analisis yang digunakan adalah analisis regresi linier berganda dengan program SPSS 18.00 *for windows*. Berdasarkan hasil pengujian statistik diperoleh temuan dimana seluruh variabel *direct marketing* memiliki pengaruh terhadap keputusan pembelian yaitu *direct mail* dan *telemarketing*, hal ini menunjukkan 65.15% memiliki pengaruh terhadap keputusan pembelian, sedangkan sisanya 34.85% dipengaruhi variabel lain. Dengan demikian bahwa *direct mail* dan *telemarketing* memiliki pengaruh yang kuat dalam mempengaruhi keputusan pembelian paket umrah Raka tours and Travel.

Kata Kunci : *Direct Mail*, *Telemarketing*, Keputusan Pembelian

Nurmal Dewi, 2013

Pengaruh Direct Mail dan Telemarketing Terhadap Keputusan Pembelian Paket Umrah Raka Tours and Travel (Survei Pada Pengguna Paket Umrah Raka Tours and Travel)

Universitas Pendidikan Indonesia | repository.upi.edu | perpustakaan.upi.edu

ABSTRACT

Nurmaladewi, 0807185. The Influence of Direct Mail and Telemarketing To Purchasing Decision Raka Tours and Travel Umrah Package (Survey On Raka Tours and Travel's Packege Costumer), under the guidance of Ridwan Purnama, S.H, M.Si. dan Rini Andari S,Pd.SE.,Par.,MM.

One type of tourism has great potential. Umrah and Hajj is a popular type of religious tourism in Indonesia. The potential is rated high because the majority of Indonesia's population is Muslim. Given this also emerging cooperation between Indonesia and Saudi Arabia as a tourist destination more closely. One of them with the cooperation of the travel-travel in Indonesia with travel that is in Saudi Arabia. This of course affects the number of trips efforts in several major cities in Indonesia, one of which the city of Bandung. One travel agency Bandung is Raka Tours and Travel. Raka Tours and Travel is a BPW (Travel Bureau), which is engaged in servicing a variety of travel needs, such as the sale of air transportation tickets, hotel vouchers, travel packages, various services of travel documents, MICE and religious journey that umrah and hajj. Raka Tours umrah package sales decreased from 2010 to 2011. The sales decline Raka Tours umrah package is reached -14.55%. Direct marketing especially in direct mail and telemarketing is one of the strategies that can be used to increase sales. In this regard it is done research on the effect of direct mail and telemarketing to purchasing decision umrah package. Step - step Direct Marketing consists of direct mail (direct mail) and telemarketing (selling over the phone). Type of research is descriptive and verification methods used are cross sectional method with the sample size using the formula iteration, the obtained sample size of 110 respondents. The analysis technique used is multiple linear regression analysis with SPSS for windows 18:00. Based on the test results obtained by statistical findings of direct marketing in which all variables have an influence on purchase decisions that direct mail and telemarketing, it showed 65.15% have an influence on the purchase decision, while the remaining 34.85% influenced by other variables. Thus, the direct mail and telemarketing have a strong influence in influencing purchasing decisions Raka umrah package tours and Travel.

Keywords: Direct Mail, Telemarketing, Purchase Decision