

ABSTRAK

Faisal Rizqi Atthoriq, 1306719, “**Pengaruh Bauran Pemasaran Terhadap Keputusan Pembelian di Patra Tour & Travel**” (Survei Terhadap Konsumen yang Membeli Paket Wisata Domestik di Patra Tour & Travel), di bawah bimbingan Rini Andari, S.Pd, SE. Par, MM, dan Oce Ridwanudin, SE, MM.

Keputusan pembelian merupakan salah satu tahapan dalam proses keputusan pembelian sebelum perilaku pasca pembelian. Patra Tour & Travel merupakan salah satu penyedia jasa pada industri *travel agent* yang dihadapkan pada masalah penurunan jumlah pembelian paket wisata domestik dikarenakan kurangnya pemasaran yang dilakukan Patra Tour & Travel. Pada penelitian ini, variabel bebas (X) yang digunakan yaitu Bauran Pemasaran yang terdiri dari Produk, Harga, Tempat, dan Promosi. Variabel terikat (Y) yaitu Keputusan Pembelian yang terdiri dari Pemilihan Produk, Pemilihan Merek, Pemilihan Penyalur, Waktu Pembelian, dan Jumlah Pembelian. Jenis penelitian ini adalah penelitian deskriptif dan verifikatif, dengan metode penelitian *explanatory survey* melalui metode pendekatan *cross sectional method* dan teknik *sampling* adalah *systematic random sampling* maka diperoleh sampel sebanyak 82 responden yang merupakan konsumen yang pernah membeli paket wisata domestik di Patra Tour & Travel. Teknik analisis data yang digunakan adalah regresi linier berganda. Hasil penelitian menunjukkan bahwa sub variabel bauran pemasaran yaitu produk, harga, tempat dan promosi memiliki pengaruh yang positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian di Patra Tour & Travel, hal ini berarti Patra Tour & Travel dapat memberikan kualitas produk yang baik, memudahkan konsumen dalam melakukan pembayaran di Patra Tour & Travel serta memiliki keberagaman promosi paket wisata yang ditawarkan di Patra Tour & Travel sehingga konsumen lebih memilih membeli paket wisata domestik di Patra Tour & Travel dikarenakan kualitas yang diberikan dapat sebanding dengan ekspektasi konsumen yang membeli. Selama penelitian ini dilakukan adanya peningkatan pembelian di Patra Tour & Travel dikarenakan strategi pemasaran yang dilakukan perusahaan melalui Bauran Pemasaran di rasa cukup untuk mempengaruhi kenaikan daya beli konsumen.

Kata Kunci : Bauran Pemasaran, Produk, Harga, Tempat, Promosi, Keputusan Pembelian, Patra Tour & Travel

Faisal Rizqi Atthoriq, 2018

PENGARUH BAURAN PEMASARAN TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN DI PATRA TOUR & TRAVEL

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

ABSTRACT

Faisal Rizqi Atthoriq, 1306719, “**Pengaruh Bauran Pemasaran Terhadap Keputusan Pembelian di Patra Tour & Travel**” (Survei Terhadap Konsumen yang Membeli Paket Wisata Domestik di Patra Tour & Travel), di bawah bimbingan Rini Andari, S.Pd., SE. Par, MM, dan Oce Ridwanudin, SE, MM..

The purchase decision is one of the stages in the purchasing decision process before the post-purchase behavior. Patra Tour & Travel is one of the service providers in the travel agent industry which is faced with the problem of decreasing the number of purchases of domestic tour packages due to the lack of marketing carried out by Patra Tour & Travel. In this study, the independent variable (X) used is the Marketing Mix consisting of Products, Prices, Places and Promotions. Dependent variable (Y) is a Purchase Decision consisting of Product Choice, Brand Choice, Dealer Choice, Purchase Timing, and Purchase Amounts. This type of research is descriptive and verification research, with explanatory survey research method through cross sectional method approach and sampling technique is systematic random sampling, obtained a sample of 82 respondents who are consumers who have purchased a domestic tour package at Patra Tour & Travel. The data analysis technique used is multiple linear regression. The results showed that the marketing mix sub variables namely products, prices, places and promotions have a positive and significant influence on purchasing decisions in Patra Tour & Travel, this means that Patra Tour & Travel can provide good product quality, making it easier for consumers to make payments at Patra Tour & Travel and has a variety of promotional tour packages offered at Patra Tour & Travel so consumers prefer to buy domestic tour packages at Patra Tour & Travel because the quality provided can be comparable to the expectations of consumers who buy. During this research there was an increase in purchases at Patra Tour & Travel because the marketing strategy of the company through Marketing Mix was felt to be enough to influence the increase in consumer purchasing power

Faisal Rizqi Atthoriq, 2018

PENGARUH BAURAN PEMASARAN TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN DI PATRA TOUR & TRAVEL

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

Key Word : Marketing Mix, Product, Price, Place, Promotion, Purchase decision, Patra Tour & Travel

Faisal Rizqi Atthoriq, 2018
***PENGARUH BAURAN PEMASARAN TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN DI
PATRA TOUR & TRAVEL***
Universitas Pendidikan Indonesia | repository.upi.edu |
perpustakaan.upi.edu

KATA PENGANTAR

Skripsi ini berisi tentang pengaruh Bauran Pemasaran terhadap Keputusan Pembelian di Patra Tour & Travel. Penelitian ini dilakukan untuk mengetahui 1) gambaran bauran pemasaran di patra tours & travel, 2) gambaran keputusan pembelian di patra tours & travel, 3) pengaruh bauran pemasaran terhadap keputusan pembelian di patra tours & travel.

Penulis menyadari bahwa masih banyak kekurangan pada penulisan skripsi ini. Oleh karena itu, penulis mengundang pembaca untuk memberikan saran serta kritik yang dapat membangun penulis. Penulis berharap karya ilmiah ini dapat memberi sumbangan yang bermanfaat bagi pengembangan ilmu manajemen pemasaran pariwisata, praktisi, bagi pembaca dan tentunya bagi penulis.

Bandung, Agustus 2018

Penulis

Faisal Rizqi Atthoriq, 2018

PENGARUH BAURAN PEMASARAN TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN DI PATRA TOUR & TRAVEL

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

UCAPAN TERIMA KASIH

Puji dan syukur penulis panjatkan kehadirat Tuhan Yang Maha Esa, karena berkat Rahmat dan Karunia-Nya penulis dapat menyelesaikan skripsi ini, guna memenuhi salah satu syarat ujian sidang sarjana pariwisata. Penulis menyadari bahwa penulisan skripsi ini tidak terlepas dari bimbingan, dukungan, bantuan serta motivasi dari berbagai pihak. Atas segala kerendahan hati, dengan penuh rasa hormat penulis mengucapkan terima kasih kepada:

1. Bapak Prof. Dr. H. R. Asep Kadarohman, M.Si selaku Rektor Universitas Pendidikan Indonesia.
2. Bapak Dr. Agus Mulyana, M.Hum selaku Dekan Fakultas Pendidikan Ilmu Pengetahuan Sosial Universitas Pendidikan Indonesia.
3. Ibu Yeni Yuniawati, S.Pd., MM selaku Ketua Program Studi Manajemen Pemasaran Pariwisata, Universitas Pendidikan Indonesia.
4. Ibu Rini Andari, S.Pd., SE.Par., MM., selaku Dosen Pembimbing I yang telah meluangkan waktunya untuk membimbing, mendorong, mengarahkan penulis.
5. Bapak Oce Ridwanudin, SE., MM., selaku Koordinator Bidang Akademik sekaligus Dosen Pembimbing II dan Dosen Pembimbing Proposal yang telah meluangkan waktunya untuk membimbing, mendorong, mengarahkan penulis.
6. Bapak Firman Aziz M.Pd, selaku dosen pembimbing akademik atas segala bimbingan, motivasi, dan dukungan kepada penulis sehingga dapat membantu penulis menyelesaikan skripsi dan perkuliahan.
7. Bapak Taufik Abdullah, SE, MM.Par. selaku dosen Koordinator Program Pengalaman Lapangan yang telah meluangkan waktunya untuk membimbing, mendorong, mengarahkan, dan memperjuangkan penulis pada saat hendak melaksanakan Program Pengalaman Lapangan.
8. Ibu H.P. Diyah Setyorini, MM., Ibu Dr. Vanessa Gaffar, SE., Ak., MBA., Bapak Dr. Lili Adi Wibowo, S.Pd., S.Sos., MM., Bapak Gitasiswhara, SE., Par., MM, Bapak Bagja Waluya, S.Pd., M.Pd., Ibu Dewi Pancawati Novalita, S.Pd. MM dan segenap dosen pengajar di Program Studi Manajemen Pemasaran Pariwisata yang selalu memberikan berbagai pembelajaran, pengetahuan, bimbingan, dan bantuan bagi penulis dalam menyelesaikan studi di Program Studi Manajemen Pemasaran Pariwisata.

Faisal Rizqi Atthoriq, 2018

***PENGARUH BAURAN PEMASARAN TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN DI
PATRA TOUR & TRAVEL***

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

9. Alm. Bapak Dadang, Bapak Hendi, Ibu Nia dan Ibu Isti selaku staff di Program Studi Manajemen Pemasaran Pariwisata yang selalu senantiasa membantu penulis dalam urusan administrasi selama kuliah.
10. Seluruh Staff Patra Tour & Travel yang telah memberikan izin secara administratif untuk melakukan penelitian di lingkungan Patra Tour & Travel dan memberikan izin serta membantu informasi, data – data yang di perlukan dalam penyusunan skripsi
11. Kakak Chabsy Al Riezal Mutaqien S.E, Novia Eldiane S. Psi, dan adik Iqbal Maulida beserta Salma Khairunnisa yang selalu mendukung serta selalu senantiasa memberikan doanya untuk menempuh dan menyelesaikan pendidikan.
12. Teman seperjuangan Salsabila Jannatain Catur yang selalu mendampingi, selalu menjadi teman untuk berbagi pikiran, memberikan semangat, motivasi, deukungan, serta doanya.
13. Sahabat-sahabat selama masa perkuliahan di mpp khususnya yaitu, Afuar S.Par, Aditya S.par, Rizky S.par, Iqbal Alamin S.par, Rio Jaya S.par, Bagas S.par, Galih S.par, Faizal S.par, Fadjri S.par, R.M Youri S.par, Rezil S.par, Iqbal Maja S.par, Dito S.par, Febi Ramdani S.par, Agus S.par, Anggi S.Par, Cahya S.Par, Faris S.Par Tina S.Par, Bilqis S. Par, Alifah S.Par , Nur Febriyanti S. Par, Akeni Istigfarin S.Par, Selma S.Par yang selalu menemani, menyemangati serta mendoakan dalam proses perkuliahan dan penyusunan skripsi.
14. Rekan satu angkatan yaitu keluarga besar Manajemen Pemasaran Pariwisata angkatan 2013 yang menjadi sahabat-sahabat seperjuangan yang selalu menyemangati, saling membangun dengan kritik-kritik serta saran selama menempuh pendidikan di Universitas Pendidikan Indonesia
15. Rekan Manajemen Pemasaran Pariwisata angkatan 2014 dan 2015 yang mendoakan selama proses skripsi serta mengantarkan penelitian ke Patra Tour & Travel
16. Semua pihak lainnya yang turut membantu dalam penyelesaian skripsi ini.

Faisal Rizqi Atthoriq, 2018

PENGARUH BAURAN PEMASARAN TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN DI PATRA TOUR & TRAVEL

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

Khususnya bagi kedua orang tua Bapak Ir. Sulkam Sukriya dan Ibu Ir. Ety Komalasari, yang telah senantiasa tiada henti memberikan dukungan penuh cinta, doa yang tak pernah putus dan kasih sayang tanpa akhir yang selalu menjadi motivasi yang mengantarkan penulis untuk menyelesaikan pendidikan ini.

Semoga Tuhan Yang Maha Esa senantiasa memberikan balasan dan pahala serta rahmat-Nya yang setimpal atas segala kebaikan, doa dan perbuatannya. Amin.

Bandung, Agustus 2018

Penulis

Faisal Rizqi Atthoriq