

ABSTRAK

Faizal Hakim, 1305487, “**Pengaruh Social Media Marketing Terhadap Purchase decision Pada Paket Wisata Offroad di Bandung Offroad**” (Survei Terhadap PIC Grup *Offroad* yang Mengetahui Melalui *Social Media Instagram* Bandung *Offroad*), di bawah bimbingan Rini Andari, S.Pd., SE.Par., MM dan Oce Ridwanudin, SE., MM.

Keputusan pembelian adalah salah satu yang menjadi tolak ukur dalam kesuksesan sebuah aktivitas *marketing*, khususnya pada pariwisata olahraga. Bandung *Offroad* merupakan salah satu penyedia jasa wisata *offroad* yang sedang menghadapi penurunan jumlah target pembelian dan bersaing dengan kompetitor yang ada di Bandung. Pada penelitian ini, variabel bebas (X) yang digunakan yaitu *Social Media Marketing* yang terdiri dari *entertainment*, *interaction*, dan *word of mouth*. Variabel terikat (Y) yaitu *Purchase decision*. Penelitian ini menggunakan jenis penelitian deskriptif dan kausalitas (verifikatif) dan metode penelitian yang digunakan adalah pendekatan *cross sectional* dan metode *explanatory survey* dengan sample jenuh sebanyak 99 PIC grup. Teknik analisis data yang digunakan adalah regresi linier berganda. Hasil penelitian menunjukkan bahwa *social media marketing* yang terdiri dari *entertainment*, *interaction*, dan *word of mouth* memberikan pengaruh yang signifikan terhadap *purchase decision*. Faktor yang paling mempengaruhi adalah *entertainment*, Bandung *Offroad* berhasil membuat PIC grup merasa terhibur atas setiap konten yang dibagikan karena dapat melihat *moment* kegiatan wisata *offroad* yang dapat memacu adrenalin. Faktor yang memberikan pengaruh paling rendah adalah *interaction*, aspek ini perlu ditingkatkan dengan selalu memberikan *fast response* pada setiap pesan yang dikirimkan oleh calon partisipan baik itu melalui *direct message instagram*, *email*, *whatsapp*, maupun melalui saluran telepon.

Kata Kunci : *Social Media Marketing*, *Social Media*, *Wisata Offroad*, *Purchase decision*, dan *Bandung Offroad*.

Faizal Hakim, 2018

PENGARUH SOCIAL MEDIA MARKETING TERHADAP PURCHASE DECISION PADA PAKET WISATA OFFROAD DI BANDUNG OFFROAD

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

ABSTRACT

Faizal Hakim, 1305487, ***“The Influence of Social Media Marketing toward Purchase Decision on Offroad Tour Packages at Bandung Offroad”*** (Survey of personal in charges of offroad group who know through social media Instagram of Bandung Offroad), under the guidance of Rini Andari, S.Pd.,SE.Par.,MM and Oce Ridwanudin, SE.,MM.

Purchase decision is one of an issue that becomes the benchmark of successful marketing activities in tourism field, mainly in sport tourism. Bandung Offroad is one of the offroad tour provider in Bandung, which is facing up the decrease in purchase decision and more competitors offroad tour provider in Bandung. On this research, the independent variable (X) used is Social Media Marketing consisting of entertainment, interaction and word of mouth. The dependent variable (Y) is Purchase Decision. The types of research used is descriptive verification, and the method used is explanatory survey and cross sectional approach with saturation sampling technique, therefore the minimum sample size is as many as 99 PIC of group. Techniques of data analysis and hypothesis testing used multiple linear regression. The results indicated that social media marketing that consists of entertainment, interaction and word of mouth have a significant influence on purchase decision. The most influential factors is entertainment, where Bandung Offroad has successfully made PIC of group feel entertained that any content that shared by Bandung Offroad because it can see the moment of offroad activities that can spur the adrenaline. The weakest factors that influence purchase decision is interaction, this aspect needs to be improved by giving fast response on any messages sent by prospective participants either through direct message Instagram, email, whatsapp, and by phone.

Keywords: Social Media Marketing, Social Media, Offroad Tour, Purchase Decision, and Bandung Offroad.

Faizal Hakim, 2018

PENGARUH SOCIAL MEDIA MARKETING TERHADAP PURCHASE DECISION PADA PAKET WISATA OFFROAD DI BANDUNG OFFROAD

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

Faizal Hakim, 2018

***PENGARUH SOCIAL MEDIA MARKETING TERHADAP PURCHASE
DECISION PADA PAKET WISATA OFFROAD DI BANDUNG OFFROAD***

Universitas Pendidikan Indonesia | repository.upi.edu |

perpustakaan.upi.edu