

ABSTRAK

Muhammad Ainul Fuad (1105677). **“Pengaruh *Personal Selling* Terhadap Keputusan Pembelian Paket Wisata Di Siliwangi Holiday”** (Survey kepada wisatawan yang pernah menggunakan paket wisata Siliwangi Holiday Bandung) Skripsi dibawah bimbingan Gitasiswhara.,SE.Par., MM. dan Heri Puspito Diyah Setiyorini.,M.M.

Personal Selling merupakan topik utama yang sedang dikaji dalam penelitian di bidang pariwisata. Dalam aktifitas pemasaran, *Personal Selling* telah memainkan peran penting dalam penentuan tujuan wisata *Personal selling* merupakan salah satu alat promosi yang berpengaruh dalam kegiatan pemasaran, karena melalui kegiatan *personal selling* seorang pemasar dapat memberikan informasi secara detail dan langsung kepada konsumen mengenai kelebihan perusahaan. Dengan demikian *personal selling* merupakan cara penjualan yang cukup efektif dalam mempengaruhi konsumen Dalam sebuah perusahaan, keputusan pembelian konsumen merupakan hal yang sangat penting guna meningkatkan pendapatan. Begitu juga dalam industri Tour & Travel. Terlebih lagi saat ini perkembangan industri pariwisata terus meningkat. Terbukti dengan semakin banyak didirikannya Travel Agent sebagai kompetitor dari Travel Agent Siliwangi Holiday. Perusahaan harus memiliki kelebihan yang tidak dimiliki pesaingnya. Kelebihan tersebut bukan hanya dalam hal pelayanan dan produk yang dijual. Namun juga menampilkan keunikan yang dimiliki dengan menciptakan inovasi produk dan menarik bagi konsumen sehingga memberikan pengalaman wisata yang berkesan. *Personal Selling* menjadi salah satu hal yang mempengaruhi konsumen dalam melakukan keputusan pembelian. Karena saat ini konsumen bukan hanya mencari Travel Agent yang menyediakan budget rendah dengan paket wisata yang minimal, Melainkan melihat pada hasil kepuasan dan kualitas produk serta pelayanan yang baik. Jenis penelitian ini menggunakan metode campuran (Mixed Method) tetapi lebih dominan pada deskriptif dan verifikatif. Populasi berjumlah 5400 pengunjung dengan sampel 67 responden. Teknik analisis yang digunakan adalah analisis regresi berganda dan Strategi eksplanatoris sekuensial. Variabel independent dalam penelitian ini yaitu *Personal Selling* dengan dimensi *Approach (X1)*, *Presentation & Demonstration (X2)*, *Handling Objection(X3)*, *closing (X4)* dan *Follow Up(X5)*, sedangkan variabel dependent yaitu *Keputusan Pembelian (Y)*. Berdasarkan hasil penelitian menunjukkan bahwa *Personal Selling* di *Siliwangi Holiday* berada pada kategori tinggi dan *Keputusan Pembelian* berada pada kategori cukup tinggi. Hasil perhitungan analisis regresi berganda diketahui bahwa terjadi pengaruh yang signifikan antara *Personal Selling* terhadap *Keputusan Pembelian*.

M. Ainul Fuad, 2019

PENGARUH PERSONAL SELLING TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN PAKET WISATA DI SILIWANGI HOLIDAY TOUR & TRAVEL BANDUNG

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

Kata kunci: *personal selling, keputusan pembelian*

ABSTRACT

Muhammad Ainul Fuad (1105677). "*The Effect of Personal Selling Toward Purchase Decision Tour Package in Siliwangi Holiday (Survey to tourists who ever use Siliwangi Holiday Bandung tour package)*" under the guidance of Gitasiswhara.,SE.Par., MM. dan Heri Puspito Diyah Setiyorini.,M.M.

Personal Selling is a major topic that is being studied in tourism research. In marketing activities, Personal Selling has played an important role in the determination of personal travel destination is one of the promotional tools that influence in marketing activities, because through a personal selling activity a marketer can provide information in detail and directly to consumers about the advantages of the company. Thus personal selling is a way of selling is quite effective in influencing consumers In a company, consumer purchasing decisions are very important to increase revenue. So also in the Tour & Travel industry. Moreover, the current development of the tourism industry continues to increase. Evidenced by the growing number of Travel Agent as a competitor of Travel Agent Siliwangi Holiday Companies must have advantages that their competitors do not have. The advantages are not only in terms of service and products sold. But it also displays its unique uniqueness by creating product innovations and appealing to consumers thereby providing a memorable tourist experience. Personal Selling becomes one of the things that affect consumers in making purchasing decisions. Because now consumers are not just looking for Travel Agent that provides low budget with minimal tour packages, but look at the results of satisfaction and product quality and good service. This type of research uses mixed methods (Mixed Method) but more dominant on descriptive and verifikative. The population numbered 5400 visitors with a sample of 67 respondents. The analysis technique used is multiple regression analysis and sequential explanatory strategy. The independent variables in this research are Personal Selling with Approach Dimension (X1), Presentation & Demonstration (X2), Handling Objection (X3), closing (X4) and Follow Up (X5), while the dependent variable is Purchase Decision (Y). Based on the results of the research shows that Personal Selling at Siliwangi Holiday is in high category and Purchasing Decision is in high enough category. The result of multiple regression analysis is known that there is a significant influence between Personal Selling on Purchase Decision.

Keywords: *personal selling, purchase decision*

M. Ainul Fuad, 2019

PENGARUH PERSONAL SELLING TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN PAKET WISATA DI SILIWANGI HOLIDAY TOUR & TRAVEL BANDUNG

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