

**PENGARUH PREFERENSI WISATAWAN TERHADAP KEPUTUSAN MEMILIH
PRODUK *OUTBOUND* DI LEAD INDONESIA LIDO LAKES RESORT CONFERENCE
BOGOR**

SKRIPSI

Diajukan untuk memenuhi sebagian dari syarat
memperoleh gelar Sarjana Pariwisata
Program Studi Manajemen Resort and Leisure



Oleh

Gita Wulandari

NIM. 0804539

**FAKULTAS PENDIDIKAN ILMU PENGETAHUAN SOSIAL
UNIVERSITAS PENDIDIKAN INDONESIA
BANDUNG
2013**

Gita Wulandari, 2013

***PENGARUH PREFERENSI WISATAWAN TERHADAP KEPUTUSAN MEMILIH PRODUK *OUTBOUND* DI LEAD INDONESIA
LIDO LAKES RESORT & CONFERENCE BOGOR***

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

LEMBAR PERNYATAAN

Saya yang bertanda tangan dibawah ini menyatakan skripsi yang berjudul “**Pengaruh Preferensi Wisatawan Terhadap Keputusan Memilih Produk Outbond di Lead Indonesia Lido Lakes Resort & Conference Bogor**”. sepenuhnya merupakan hasil karya saya sendiri, tidak ada bagian di dalamnya yang merupakan plagiat dan karya orang lain. Saya tidak melakukan penjiplakan atau pengutipan dengan cara – cara yang tidak sesuai dengan etika yang berlaku dalam masyarakat dan bidang keilmuan.

Atas pernyataan ini, saya siap menanggung resiko ataupun sanksi yang dijatuhkan kepada saya apabila kemudian hari ditemukan adanya pelanggaran terhadap etika keilmuan dalam karya saya ini atau ada klaim dari pihak lain terhadap keaslian karya saya ini.

Bandung, Januari 2013

Pembuat Pernyataan

Gita Wulandari

NIM. 0804539

LEMBAR PENGESAHAN SKRIPSI

Gita Wulandari

0804539

PENGARUH PREFERENSI WISATAWAN TERHADAP KEPUTUSAN MEMILIH PRODUK OUTBOUND DI LEAD INDONESIA LIDO LAKES RESORT & CONFERENCE BOGOR

Disetujui dan disahkan oleh :

Pembimbing I



Prof. Dr. H. Darsiharjo, M.S
NIP : 19620921198603 1 005

Pembimbing II



Lia Afriza, S.E., M.M
NIDN : 04-2609-6302

Mengetahui,

Ketua Program Studi Management Resort & Leisure



Dr. Erry Sukriah, S.E., M.SE
NIP : 197912152008122002

Gita Wulandari, 2013

***PENGARUH PREFERENSI WISATAWAN TERHADAP KEPUTUSAN MEMILIH PRODUK OUTBOUND DI LEAD INDONESIA
LIDO LAKES RESORT & CONFERENCE BOGOR***

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

PENGARUH PREFERENSI WISATAWAN TERHADAP KEPUTUSAN MEMILIH PRODUK OUTBOUND DI LEAD INDONESIA LIDO LAKES RESORT & CONFERENCE BOGOR

ABSTRAK

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui pengaruh preferensi wisatawan terhadap keputusan memilih produk outbound di LEAD Indonesia Lido Lakes Resort & Conference Bogor. Dengan banyaknya provider outbound yang berada di sekitar area Bogor-Sukabumi dengan memberikan penawaran program yang beragam, seorang konsumen berhak untuk memilih produk tersebut dengan preferensi atau selera yang dimilikinya. Kemudian selera atau preferensi wisatawan tersebut akan berpengaruh terhadap keputusan Memilih dari sebuah objek. Penelitian ini menggunakan metode kuantitatif. Sampel dalam penelitian sebanyak 95 responden yang diambil dari wisatawan yang datang ke objek wisata Lido Lakes Resort & Conference. Sedangkan instrument yang digunakan untuk mengukurnya menggunakan kuesioner terstruktur dengan skala *Likert*. Data dianalisis dengan *Korelasi Pearson Product Moment* (PPM), dengan kegunaannya untuk mengetahui derajat hubungan antar variabel bebas (*independent*) dengan variabel terikat (*dependent*). Untuk mengetahui pengaruh Preferensi Wisatawan terhadap Keputusan Memilih / Pembelian, maka penulis menggunakan analisis regresi linear sederhana. Sebelumnya data analisis perlu diadakan pengujian Hipotesis sebagai pernyataan sementara untuk sementara dijadikan sebuah asumsi atau dugaan. Maka hasil penelitian yang di peroleh adalah adanya nilai positif preferensi wisatawan terhadap keputusan memilih / pembelian. Selain itu, hasil juga menunjukkan terdapat pengaruh preferensi terhadap keputusan wisatawan untuk memilih produk Outbound di Lido Lakes Resort & Conference. Koefesien determinasi dari hasil perhitungan sebesar 19.3%. Hal ini menunjukkan bahwa preferensi wisatwan memberikan pengaruh yang kecil terhadap keputusan memilih / pembelian. Sedangkan sisanya sebesar 80.7% yang dapat dijelaskan oleh variabel lainnya yang tidak diteliti.

Kata Kunci : *Lido Lakes Resort & Conference, LEAD Indonesia, Preferensi Wisatawan, Keputusan Memilih*

**THE EFFECT OF TOURIST PREFERENCES ON THE DECISION TO CHOOSE
OUTBOUND PRODUCTS IN LEAD INDONESIA LIDO LAKES RESORT &
CONFERENCE BOGOR**

ABSTRACT

This study aims to determine the effect of tourist preferences on the decision to choose outbound products at LEAD Indonesia Lido Lakes Resort & Conference Bogor. With so many outbound providers around the Bogor-Sukabumi area by offering various program offerings, a consumer has the right to choose the product according to his preferences or tastes. Then the tastes or preferences of tourists will affect the decision to choose from an object. This study uses quantitative methods. The sample in the study was 95 respondents taken from tourists who came to the Lido Lakes Resort & Conference tourist attraction. While the instrument used to measure it using a structured questionnaire with a Likert scale. The data were analyzed by Pearson Product Moment Correlation (PPM), with its use to determine the degree of relationship between the independent variabel and the dependent variabel. To determine the effect of Tourist Preferences on Decisions to Choose / Purchase, the authors use simple linear regression analysis. Previously, data analysis needed to be tested for Hypothesis as a temporary statement that was temporarily made an assumption or conjecture. So the results of the research obtained are the positive value of tourist preferences on the decision to choose / purchase. In addition, the results also show that there is an influence of preference on tourists' decisions to choose Outbound products at Lido Lakes Resort & Conference. The coefficient of determination from the calculation results is 19.3%. This shows that the preferences of tourists have little influence on the decision to choose / purchase. While the remaining 80.7% which can be explained by other variabels not examined.

Keywords: Lido Lakes Resort & Conference, LEAD Indonesia, Tourist Preference, Decision Making.

DAFTAR ISI

ABSTRAK	i
ABSTRACT	ii
UCAPAN TERIMA KASIH	iii
DAFTAR ISI	iv
DAFTAR TABEL	vi
BAB I PENDAHULUAN	
A. Latar Belakang Masalah	1
B. Batasan Masalah	10
C. Rumusan Masalah.....	11
D. Tujuan Penelitian	11
E. Manfaat Penelitian	11
F. Definisi Operasional	12
BAB II TINJAUAN PUSTAKA	
A. Pengertian Pariwisata	13
B. Sistem Pariwisata Indonesia	15
C. Definisi Wisatawan	17
D. Definisi Pemasaran Pariwisata	18
E. Definisi Pemasaran Jasa	18
F. Definisi Pemasaran Bauran Pemasaran Jasa	19
G. Produk Jasa	20
H. Definisi Preferensi	21
I. Definisi Pengambilan Keputusan	22
J. Proses Pengambilan Keputusan.....	24
K. Definisi Prilaku Konsumen	25
L. Tipe-tipe Konsumen	28
M. Kerangka Pemikiran	29

N. Hipotesis	30
BAB III OBJEK DAN METODOLOGI PENELITIAN	
A. Objek Penelitian	32
B. Metode Penelitian	32
C. Populasi, Sampel dan Teknik Sampel	36
D. Teknik Pengumpulan Data	40
E. Pengujian Validitas dan Reabilitas	43
F. Rancangan Analisis Data.....	47
G. Analisis Regresi Linear Sederhana	48
BAB IV HASIL ANALISIS DAN PEMBAHASAN	
A. Profil Kawasan Wisata dan Wisatawan Domestik	50
B. Profil Wisatawan Nusantara	53
C. Analisis Regresi Linear Sederhana	73
D. Analisis Korelasi	77
E. Koefisien Determinasi	78
BAB V SIMPULAN DAN REKOMENDASI	
A. Simpulan	79
B. Rekomendasi	79
DAFTAR PUSTAKA	81
LAMPIRAN	83
RIWAYAT HIDUP	104

DAFTAR PUSTAKA

- A.J, Muljadi. 2009. *Kepariwisata dan Perjalanan*. PT Rajagrafindo Persada. Jakarta.
- Ananda, P. 2011. Pengertian Outbound. Sumber : http://putra-ananda.com/c/index_d.php (9 April 2011)
- Anastasia, 2007. *Pengaruh Preferensi Wisatawan Terhadap Keputusan Berkunjung Ke Objek Wisata Alam Di Kawasan Bandung Selatan*. Karya Ilmiah. Manajemen Pemasaran Pariwisata.
- Hurriyati, R. 2008. *Bauran Pemasaran dan Loyalitas Konsumen*. Alfabeta CV. Jakarta
- Kotler, Philip. 2005. *Prinsip-prinsip Pemasaran Jilid I*. Jakarta: Erlangga.
- Leiper, N. 1990. *Tourism Systems : An Interdisciplinary Perspective*. Departement of Management Systems, Bussiness Studies Faculty, Messey University, Palmerston North, New Zealand
- Hasan, M. 2002. *Pokok-pokok Materi Pengambilan Keputusan*. Grialia Indonesia. Jakarta.
- Mangkunegara. 2005. *Prilaku Konsumen*. PT Refika Aditama. Bandung.
- Payne, A. 2007. *The Essence of Service Marketing (Pemasaran Jasa)*. Jakarta: Salemba Empat
- Pendit, S, Pendit. 2006. *Ilmu Pariwisata*. PT Pradnya Paramita. Jakarta
- Riduwan. 2008. *Belajar Mudah Penelitian Untuk Guru, Karyawan dan Peneliti Mula*. Alfabeta. Bandung
- Setyanto, P. *Perkembangan Pariwisata Indonesia*.
- Sugiyono. 2007. *Metode Penelitian Kuantitatif Kualitatif dan R&D*. Alfabeta. Bandung
- Wardiyanta, M. 2006. *Metode Penelitian Pariwisata*. CV Andi Offset. Yogyakarta.
- Yoeti, Oka A. 2008. *Pembangan Perencanaan dan Pengembangan Pariwisata*. PT Pradnya Paramita. Jakarta
- Zeithaml, Bitner, dan Gremler. 2009. *Service Marketing: Integrating Customer Focus Across the Firm*