

**PENGARUH *PACKAGING* TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN  
PAKET WISATA *OUTBOUND***

(Survei pada instansi pendidikan yang telah menggunakan paket wisata *outbound*  
di Kampung Batu Malakasari)

**SKRIPSI**

Sebuah skripsi yang diajukan untuk memenuhi salah satu syarat memperoleh gelar Sarjana  
Pariwisata pada Program Studi Manajemen Pemasaran Pariwisata



**Oleh:**

**DODI ROSYADI PARDIYATNA**

**0707692**

**MANAJEMEN PEMASARAN PARIWISATA  
FAKULTAS PENDIDIKAN ILMU PENGETAHUAN SOSIAL  
UNIVERSITAS PENDIDIKAN INDONESIA**

**2014**

**PENGARUH *PACKAGING* TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN  
PAKET WISATA *OUTBOUND***

**(Survei pada instansi pendidikan yang telah menggunakan paket wisata *outbound*  
di Kampung Batu Malakasari)**

**Oleh**

**Dodi Rosyadi Pardiyatna**

Sebuah skripsi yang diajukan untuk memenuhi salah satu syarat memperoleh gelar Sarjana  
Pariwisata pada Program Studi Manajemen Pemasaran Pariwisata

©Dodi Rosyadi Pardiyatna 2014

Universitas Pendidikan Indonesia

Juli 2014

Hak cipta dilindungi undang-undang

Skripsi ini tidak boleh diperbanyak seluruhnya atau sebagian, dengan dicetak  
ulang, foto copy, atau cara lainnya tanpa ijin dari penulis.

**LEMBAR PENGESAHAN**

**“PENGARUH *PACKAGING* TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN  
PAKET *WISATA OUTBOUND*”**

(Survei pada instansi pendidikan yang telah menggunakan paket wisata *outbound*  
di Kampung Batu Malakasari)

Skripsi ini disetujui dan disahkan oleh :

**Pembimbing I**



Rini Andari, S.Pd., SE., Par., MM  
NIP. 19810916 200812 2 002

**Pembimbing II**



Yeni Yuniawati, S.Pd., MM  
NIP. 19810608 200604 2 001

Mengetahui:

**Ketua Program Studi Manajemen Pemasaran Pariwisata**



HP. Diah Setyorini, MM  
NIP. 19761031 200812 2 001

**Tanggung Jawab Yuridis,  
Ada Pada Penulis**



Dodi Rosyadi Pardiyatna  
NIM. 0707692



## LEMBAR PERNYATAAN

Dengan ini saya menyatakan bahwa skripsi dengan judul “**Pengaruh Packaging Terhadap Keputusan Pembelian Paket Wisata Outbound (Survei pada instansi Pendidikan yang telah menggunakan paket wisata outbound di Kampung Batu Malakasari)**” beserta seluruh isinya adalah benar-benar karya saya sendiri, dan saya tidak melakukan penjiplakan atau pengutipan dengan cara-cara yang tidak sesuai dengan etika keilmuan yang berlaku dalam masyarakat keilmuan.

Berdasarkan pernyataan tersebut, saya siap menanggung resiko atau sanksi yang dijatuhkan kepada saya apabila dikemudian hari ditemukan adanya pelanggaran terhadap etika-etika keilmuan dalam karya saya ini, atau klaim dari pihak lain terhadap keaslian karya saya ini.

Bandung, Juli 2014



Dodi Rosyadi Pardiyatna





## ABSTRAK

Dodi Rosyadi P. 0707692, “Pengaruh *Packaging* Terhadap Keputusan Pembelian Paket Wisata *Outbound*” (survei pada instansi Pendidikan yang telah menggunakan paket wisata *outbound* di Kampung Batu Malakasari). Di bawah bimbingan Rini Andari, S.Pd.,SE.,Par.,MM dan Yeni Yuniawati, S.Pd., MM.

Jawa Barat memiliki berbagai potensi industri pariwisata, terutama potensi wisata alam. Sebagai destinasi wisata alam Kabupaten Bandung, Kabupaten Bandung Barat, dan Kota Cimahi menawarkan berbagai jenis wisata alam. Dalam perkembangannya wisata yang memadukan antara alam dan buatan manusia menjadi daya tarik bagi wisatawan untuk berkunjung. Salah satu industri pariwisata yang cukup menarik perkembangannya adalah destinasi wisata *outbound*. Pertumbuhan destinasi wisata *outbound* di Kabupaten Bandung, Kabupaten Bandung Barat, dan Kota Cimahi.

Kampung Batu Malakasari merupakan salah satu destinasi wisata *outbound* yang ada di Kabupaten Bandung, destinasi ini menawarkan berbagai kegiatan dan permainan edukasi. Sebagai destinasi *outbound* yang hadir pada Tahun 2010, tantangannya adalah menghadapi persaingan dengan destinasi sejenis yang telah dulu ada sebelumnya. Dalam upaya untuk meningkatkan jumlah kunjungan wisatawan manajemen Kampung Batu Malakasari melaksanakan program paket wisata *outbound (packaging)* dengan target utama adalah instansi pendidikan seperti PAUD, TK, SD, SMP, dan SMA.

Berkaitan dengan hal tersebut maka dilakukan penelitian mengenai pengaruh *packaging* terhadap keputusan pembelian paket wisata *outbound* pada wisatawan pelajar, dengan tujuan untuk memperoleh temuan mengenai pengaruh *packaging* yang terdiri dari *include attractions or demand generators, provide value to the customer, offer consistent quality and compability among elements, be well planned and coordinated, provide distinctive customer benefit, dan covers all the details* terhadap keputusan pembelian paket wisata *outbound* Kampung Batu Malakasari pada wisatawan pelajar.

Jenis penelitian yang digunakan adalah deskriptif verifikatif dan metode yang digunakan adalah *explanatory survey* dengan menggunakan skala ordinal. Populasi dalam penelitian ini adalah instansi pendidikan dengan ukuran sampel menggunakan rumus slovin, sehingga diperoleh sampel sebanyak 54 responden. Teknik *sampling* yang digunakan adalah *systematic random sampling* dan teknik analisis data yang digunakan adalah analisis regresi berganda.

Berdasarkan hasil dari variabel yang diteliti, menunjukkan bahwa *packaging* berpengaruh terhadap keputusan pembelian paket wisata *outbound* sebesar 64,10%, sedangkan sisanya 35,90% dipengaruhi oleh variabel lain yang tidak diteliti dalam penelitian ini, seperti kualitas produk dan promosi.

Kata kunci: *packaging*, paket wisata *outbound*, keputusan pembelian







## ABSTRACT

Dodi Rosyadi P. 0707692, *"The Influence Packaging Towards The Decision of Purchasing Outbound Travel Packages"* (Survey on education institutions that have used outbound tour packages in Kampung Batu Malakasari). Under the guidance of Rini Andari, S.Pd., SE., Par., MM, and Yeni Yuniawati, S.Pd., MM.

West Java has a variety of potential tourism industri, especially tourism potential in Bandung Regency, West Bandung Regency, and Cimahi offers different variety kind of nature tourism. In the development of it, tourism that combine natura and man-made becomes the attraction for the tourists to visit. One of the tourism industri that is quite interesting nowadays is outbound tourism destinations. The growth of outbound tourism destination in Bandung Regency, West Bandung Regency, and Cimahi.

Kampung Batu Malakasari is one of the outbound tourist destinations in Bandung Regency, this destination offers a variety of activities and educational games. As outbound destinations are present on the Year 2010, it's facing competition from similar destinations that have been used before. In an effort to increase the visitor, the management of Kampung Batu Malakasari offers an outbound tour packages (packaging) with the main target are education institutions such as early childhood education, kindergarten, elementary, junior high, and high school.

In relation to the matter than the research about the influence packaging towards the decisions of purchasing outbound tour packages to student travelers, in order to obtain findings on the effect of packaging consisting of or demand generators include Attractions, provide value to the customer, offer consistent quality and compability among elements, be well planned and coordinated, provide distinctive customer benefits, and covers all the details on purchasing decisions outbound tour packages to student travelers Kampung Batu Malakasari.

The research used descriptive verification type and the method used is an explanatory survey using an ordinal scale. The population in this research are educational institutions with the sample size using the formula of Slovin, thus obtained a sample of 54 respondents. The sampling technique used is systematic random sampling and data analysis technique used is multiple regression analysis. Based on the results of the variables studied, showing that the effect of packaging on purchase decisions outbound tour packages for 64.10%, while the remaining 35.90% is influenced by other variables not examined in this study, such as the quality of products and promotions.

**Keywords:** *packaging, outbound tour packages, purchasing decisions*



## KATA PENGANTAR

Puji dan syukur saya panjatkan kepada Allah S.W.T, berkat rahmat hidayah serta inayah-Nya penulis dapat menyelesaikan penulisan skripsi yang berjudul **“Pengaruh *Packaging* Terhadap Keputusan Pembelian Paket Wisata *Outbound*”** (survei pada instansi Pendidikan yang telah menggunakan paket wisata *outbound* di Kampung Batu Malakasari). Shalawat dan salam semoga selalu tercurah limpahkan kepada Nabi Muhammad S.A.W beserta keluarga dan para sahabatnya.

Skripsi ini disusun untuk mengetahui gambaran mengenai program *packaging* dan keputusan pembelian serta seberapa besar pengaruh diantara keduanya, baik secara simultan maupun parsial.

Kehadiran skripsi ini tidak luput dari budi baik dan bimbingan berbagai pihak. Penulis berusaha dalam pembuatan skripsi ini sebai dan semaksimal mungkin. Skripsi ini tentu masih banyak kekurangan dan kelemahannya, untuk itu kritik dan saran sangat penulis harapkan.

Bandung, Juli 2014

Penulis



## **UCAPAN TERIMA KASIH**

Penulis menyadari sepenuhnya bahwa penulisan skripsi ini tidak terlepas dari adanya bimbingan dan dorongan serta bantuan dari berbagai pihak, baik pada saat penelitian ke lapangan maupun pada saat pembuatan skripsi ini. Untuk itu dengan segala kerendahan hati penulis mengucapkan terima kasih dan penghargaan yang sebesar-besarnya kepada:

1. Bapak Prof. Dr. H. Sunaryo Kartadinata, M.Pd. selaku Rektor Universitas Pendidikan Indonesia.
2. Bapak Prof. Dr. H. Karim Suryadi, M.Si. selaku Dekan FPIPS Universitas Pendidikan Indonesia.
3. Ibu H.P. Diah Setyorini, MM. selaku Ketua Program Studi Manajemen Pemasaran Pariwisata. Terima kasih banyak telah mencurahkan segenap waktu, pemikiran, kesabaran, keikhlasan dan do'a serta semangat yang diberikan selama penulis menjalani masa kuliah.
4. Ibu Dr. Vanessa Gaffar, SE., Ak., MBA. Selaku mantan Ketua Program Studi Manajemen Pemasaran Pariwisata Terima kasih banyak telah mencurahkan segenap waktu, pemikiran, kesabaran, keikhlasan dan do'a serta semangat yang diberikan selama penulis menjalani masa kuliah.
5. Bapak Dr. Lili Adi Wibowo, S.Sos., S.Pd., MM. selaku Dosen Pembimbing Akademik bagi penulis. Terima kasih banyak telah mencurahkan segenap waktu, pemikiran, kesabaran, keikhlasan dan do'a serta semangat yang diberikan selama penulis menjalani masa kuliah.
6. Bapak Gitasiswhara, SE.,Par., MM. selaku Koordinator Bidang Akademik. Terima kasih banyak telah mencurahkan segenap waktu, pemikiran, kesabaran, keikhlasan dan do'a serta semangat yang diberikan selama penulis menjalani masa kuliah.
7. Ibu Rini Andari, S.Pd., SE.,Par., MM. selaku pembimbing I terima kasih atas saran dan masukan baik teoritis dan praktis serta arahan dan dorongan sehingga penulis dapat menyelesaikan skripsi ini.

8. Ibu Yeni Yuniawati, S.Pd., MM. selaku pembimbing II terima kasih atas saran dan masukan baik teoritis dan praktis serta arahan dan dorongan sehingga penulis dapat menyelesaikan skripsi ini.
9. Seluruh staff administrasi dan pengajar di lingkungan Program Studi Manajemen Pemasaran Pariwisata.
10. Dadang Suryadi yang selalu siap dan senantiasa membantu penulis dalam segala urusan administrasi perkuliahan.

Selain itu juga tak lupa penulis mengucapkan terima kasih yang sebesar-besarnya kepada:

1. Orang tua penulis, Ayahanda tercinta Salim Sabudin, dan Ibunda Jojoh Darojah yang selalu mendukung dengan kasih sayang, pengorbanan, dan do'a kepada penulis sehingga penulis dapat menyelesaikan studi. Tiada satu kata yang dapat mewakili betapa penulis sangat mencintai mereka.
2. Nenek penulis Tarmi, kakak-kakak penulis Asriyudin A.md.Per., dan Hanindah S.Pd., keponakan-keponakan penulis Archy, Audrey dan Tendo, serta keluarga besar yang telah memberikan do'a dan dorongan serta kasih sayang yang tak terhingga kepada penulis.
3. Sahabat-sahabat kampus penulis: Shela Dwi Septiani, Micky Andrea Yunus, Panji Priambudi, Novarin Nurjanah, Tiara Fitriani, Mella Dwi Nurike, Masroulina, Amar, dan Irwan.
4. Seluruh rekan-rekan Mahasiswa Manajemen Pemasaran Pariwisata dan semua pihak yang tak dapat penulis sebutkan satu persatu. Terima kasih atas semua bantuannya.

Semoga bantuan dan segala kebaikan yang telah diberikan kepada penulis mendapatkan limpahan dan berkah dari Allah S.W.T. dengan segala kerendahan hati penulis menerima segala bentuk kritikan dan saran dari berbagai pihak untuk perbaikan dan menjadi masukan bagi penulis.

Bandung, Juli 2014

Penulis



## DAFTAR ISI

<b>ABSTRAK .....</b>	<b>i</b>
<b>ABSTRACT .....</b>	<b>ii</b>
<b>KATA PENGANTAR.....</b>	<b>iii</b>
<b>UCAPAN TERIMA KASIH.....</b>	<b>iv</b>
<b>DAFTAR ISI.....</b>	<b>vi</b>
<b>DAFTAR TABEL.....</b>	<b>xii</b>
<b>DAFTAR GAMBAR .....</b>	<b>xv</b>
<b>BAB I PENDAHULUAN</b>	
1.1 Latar Belakang Penelitian .....	1
1.2 Rumusan Masalah.....	12
1.3 Tujuan Penelitian .....	13
1.4 Kegunaan Penelitian .....	13
1.4.1 Kegunaan Akademik (Teoritik) .....	13
1.4.2 Kegunaan Praktis (Empirik) .....	13
<b>BAB II KAJIAN PUSTAKA, KERANGKA PEMIKIRAN DAN HIPOTESIS</b>	
2.1 Kajian Pustaka .....	15
2.1.1 Konsep <i>Packaging</i> .....	15
2.1.1.1 Konsep <i>Packaging</i> Dalam Pemasaran.....	15
2.1.1.2 Konsep Pemasaran Destinasi .....	20
2.1.1.3 Jenis-jenis Wisata .....	22
2.1.1.4 Definisi Wisata <i>Outbound</i> .....	23
2.1.1.5 Definisi <i>Packaging</i> .....	31
2.1.1.6 Peranan <i>Packaging</i> Dalam Industri Pariwisata .....	32



2.1.1.7 Dimensi <i>Packaging</i> .....	32
2.1.2 Konsep Keputusan Pembelian Bisnis.....	43
2.1.2.1 Definisi Perilaku Pembeli Bisnis.....	43
2.1.2.2 Model Perilaku Pembeli Bisnis.....	44
2.1.2.3 Faktor yang Mempengaruhi Pembeli Bisnis.....	45
2.1.2.4 Keputusan Pembelian Bisnis.....	49
2.1.3 Pengaruh <i>Packaging</i> Terhadap Keputusan Pembelian .....	51
2.1.4 Orisinalitas Penelitian .....	52
2.2 Kerangka Pemikiran .....	55
2.3 Hipotesis.....	64
<b>BAB III OBJEK DAN METODE PENELITIAN</b>	
3.1 Objek Penelitian .....	67
3.2 Metode Penelitian .....	68
3.2.1 Jenis Penelitian dan Metode yang Digunakan .....	68
3.2.1.1 Jenis Penelitian.....	68
3.2.1.2 Metodologi Yang Digunakan.....	69
3.2.2 Operasionalisasi Variabel.....	69
3.2.3 Jenis dan Sumber Data .....	75
3.2.4 Populasi, Sampel dan Teknik Sampel.....	77
3.2.4.1 Populasi.....	77
3.2.4.2 Sampel.....	78
3.2.4.3 Teknik Sampling .....	79
3.2.5 Teknik Pengumpulan Data .....	80

3.2.6 Pengujian Validitas dan Reliabilitas .....	81
3.2.6.1 Pengujian Validitas.....	81
3.2.6.2 Pengujian Reliabilitas .....	86
3.3 Rancangan Analisis Data .....	88
3.3.1 Rancangan Analisis Data Deskriptif .....	88
3.3.2 Pengujian Hipotesis.....	89
 <b>BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN</b>	
4.1 Profil Objek dan Responden.....	99
4.1.1 Profil Kampung Batu Malakasari .....	99
4.1.1.1 Identitas Kampung Batu Malakasari .....	99
4.1.1.2 Sejarah Kampung Batu Malakasari .....	100
4.1.1.3 Struktur Organisasi Kampung Batu Malakasari .....	103
4.1.1.4 Produk Pariwisata Yang Ditawarkan.....	104
4.1.2 Profil Instansi Pendidikan Yang Berkunjung Ke Kampung Batu Malakasari.....	108
4.1.2.1 Jenis Pengambil Keputusan Pembelian Berdasarkan Jenis Instansi Pendidikan dan Daerah Asal.....	108
4.1.2.2 Jenis Pengambil Keputusan Pembelian Berdasarkan Paket <i>Outbound</i> yang Digunakan dan Tujuan Berkunjung .....	109
4.2 Pelaksanaan Program <i>Packaging</i> Kampung Batu Malakasari .....	110
4.2.1 Tanggapan Pengambil Keputusan Pembelian Terhadap <i>Include Attractions or Demand Generators</i> Kampung Batu Malakasari.....	111

4.2.2 Tanggapan Pengambil Keputusan Pembelian Terhadap <i>Provide Value to the Customer</i> Kampung Batu Malakasari .....	112
4.2.3 Tanggapan Pengambil Keputusan Pembelian Terhadap <i>Offer Consistent Quality and Compability Among Elements</i> Kampung Batu Malakasari.....	114
4.2.4 Tanggapan Pengambil Keputusan Pembelian Terhadap <i>Be Well Planned and Coordinated</i> Kampung Batu Malakasari.....	116
4.2.5 Tanggapan Pengambil Keputusan Pembelian Terhadap <i>Provide Distinctive Customer Benefit</i> Kampung Batu Malakasari .....	117
4.2.6 Tanggapan Pengambil Keputusan Pembelian Terhadap <i>Covers All the Details</i> Kampung Batu Malakasari.....	118
4.2.7 Rekapitulasi Tanggapan Pengambil Keputusan Pembelian Terhadap <i>Packaging</i> Kampung Batu Malakasari .....	120
4.3 Keputusan Pembelian Paket Wisata <i>Outbound</i> Kampung Batu Malakasari.	122
4.3.1 Tanggapan Pengambil Keputusan Pembelian Terhadap <i>Product or Service Choise</i> Kampung Batu Malakasari.....	123
4.3.2 Tanggapan Pengambil Keputusan Pembelian Terhadap <i>Order Quantities</i> Kampung Batu Malakasari.....	124
4.3.3 Tanggapan Pengambil Keputusan Pembelian Terhadap <i>Delivery Terms and Times</i> Kampung Batu Malakasari.....	125
4.3.4 Tanggapan Pengambil Keputusan Pembelian Terhadap <i>Payment</i> Kampung Batu Malakasari.....	126
4.3.5 Rekapitulasi Tanggapan Pengambil Keputusan Pembelian Paket Wisata <i>Outbound</i> Kampung Batu Malakasari .....	127

4.4 Pengaruh <i>Packaging</i> Terhadap Keputusan Pembelian Paket Wisata <i>Outbound</i> Kampung Batu Malakasari Pada Wisatawan Pelajar .....	130
4.4.1 Hasil Uji Asumsi.....	130
4.4.1.1 Pengujian Asumsi Regresi .....	130
A. Hasil Uji Asumsi Normalitas.....	130
B. Hasil Uji Asumsi Heteroskedastisitas .....	132
C. Hasil Uji Asumsi Multikolinearitas .....	133
4.4.2 Koefisien Korelasi dan Koefisien Determinasi .....	134
4.4.3 Pengujian Hipotesis dan Uji Signifikansi Secara Simultan (Uji F) ....	139
4.4.4 Pengujian Hipotesis dan Uji Signifikansi Secara Parsial (Uji t).....	140
4.4.5 Model Persamaan Regresi Berganda Pengaruh <i>Packaging</i> Terhadap Keputusan Pembelian Paket Wisata <i>Outbound</i> Kampung Batu Malakasari	142
4.5 Implikasi Hasil Penelitian .....	144
4.5.1 Temuan Penelitian yang Bersifat Teoritik.....	144
4.5.2 Temuan Penelitian yang Bersifat Empirik .....	145
 <b>BAB V KESIMPULAN DAN REKOMENDASI</b>	
5.1 Kesimpulan.....	147
5.2 Rekomendasi .....	149
 <b>DAFTAR PUSTAKA.....</b>	
<b>LAMPIRAN-LAMPIRAN .....</b>	<b>156</b>



## DAFTAR TABEL

Tabel 1.1	Daya Tarik Wisata Kota/Kabupaten Di Provinsi Jawa Barat Tahun 2013 .....	1
Tabel 1.2	Destinasi Wisata <i>Outbound</i> Di kota/Kabupaten Bandung, Bandung Barat, dan Kota Cimahi Pada Tahun 2013 .....	4
Tabel 1.3	Daftar Wahana, Fasilitas, dan Sarana Pendukung di Kampung Batu Malakasari.....	6
Tabel 1.4	Jumlah Kunjungan Wisatawan Ke Kampung Batu Malakasari Tahun 2010-2013 .....	7
Tabel 1.5	Jumlah Instansi Pendidikan yang Berkunjung ke Kampung Batu Malakasari Tahun 2013 .....	9
Tabel 1.6	Bauran Pemasaran Kampung Batu Malakasari .....	9
Tabel 1.7	Paket <i>Outbound</i> Di Kampung Batu Malakasari .....	11
Tabel 2.1	Definisi <i>Packaging</i> Menurut Para Ahli .....	31
Tabel 2.2	Penelitian Terdahulu Yang Berkaitan Dengan <i>Packaging</i> Terhadap Keputusan Pembelian .....	53
Tabel 3.1	Operasionalisasi Variabel Penelitian.....	70
Tabel 3.2	Jenis dan Sumber Data .....	76
Tabel 3.3	Jumlah Instansi Pendidikan Yang Menggunakan Paket Wisata <i>Outbound</i> di Kampung Batu Malakasari Tahun 2013 .....	78
Tabel 3.4	Interpretasi Besarnya Koefisien Korelasi .....	83
Tabel 3.5	Hasil Pengujian Validitas Variabel X ( <i>Packaging</i> ).....	84
Tabel 3.6	Hasil Pengujian Validitas Variabel Y (Keputusan Pembelian) .....	85

Tabel 3.7	Hasil Uji Reliabilitas .....	88
Tabel 4.1	Jenis Pengambil Keputusan Pembelian Berdasarkan Jenis Instansi Pendidikan dan Daerah Asal .....	108
Tabel 4.2	Jenis Pengambil Keputusan Pembelian Berdasarkan Paket <i>Outbound</i> yang Digunakan dan Tujuan Berkunjung.....	110
Tabel 4.3	Program <i>Include Attractions or Demand Generators</i> Dalam Program <i>Packaging</i> Kampung Batu Malakasari.....	111
Tabel 4.4	Program <i>Provide Value to the Customer</i> Dalam Program <i>Packaging</i> Kampung Batu Malakasari .....	113
Tabel 4.5	Program <i>Offer Consistent Quality and Compability Among Elements</i> Dalam Program <i>Packaging</i> Kampung Batu Malakasari. ....	114
Tabel 4.6	Program <i>Be Well Planned and Coordinated</i> Dalam Program <i>Packaging</i> Kampung Batu Malakasari .....	116
Tabel 4.7	Program <i>Provide Distinctive Customer Benefit</i> Dalam Program <i>Packaging</i> Kampung Batu Malakasari .....	117
Tabel 4.8	Program <i>Covers All the Details</i> Dalam Program <i>Packaging</i> Kampung Batu Malakasari .....	119
Tabel 4.9	Rekapitulasi Hasil Tanggapan Responden Terhadap <i>Packaging</i> Kampung Batu Malakasari .....	120
Tabel 4.10	Keputusan Pembelian Berdasarkan Indikator <i>Product or Service Choise</i> Kampung Batu Malakasari.....	123
Tabel 4.11	Keputusan Pembelian Berdasarkan Indikator <i>Order Quantities</i> Kampung Batu Malakasari .....	124
Tabel 4.12	Keputusan Pembelian Berdasarkan Indikator <i>Delivery Terms and Times</i> Kampung Batu Malakasari .....	125

Tabel 4.13	Keputusan Pembelian Berdasarkan Indikator <i>Payment</i> Kampung Batu Malakasari.....	126
Tabel 4.14	Rekapitulasi Hasil Tanggapan Keputusan Responden Terhadap Keputusan Pembelian Kampung Batu Malakasari.....	127
Tabel 4.15	Hasil Uji Asumsi Multikolinearitas.....	134
Tabel 4.16	Matrik Korelasi Antar Sub Variabel <i>Packaging</i> Terhadap Keputusan Pembelian .....	135
Tabel 4.17	Hasil Uji Pengaruh <i>Packaging</i> Terhadap Keputusan Pembelian di Kampung Batu Malakasari .....	138
Tabel 4.18	Hasil Uji Signifikansi Secara Simultan .....	139
Tabel 4.19	Hasil Uji Signifikansi Secara Parsial.....	140





## DAFTAR GAMBAR

Gambar 1.1	Target Kunjungan Wisatawan Pelajar Kampung Batu Malakasari Tahun 2014 .....	8
Gambar 2.1	Model Perilaku Pembelian Bisnis .....	45
Gambar 2.2	Karakteristik Yang Mempengaruhi Perilaku Pembeli Bisnis .....	46
Gambar 2.3	Kerangka Pemikiran Pengaruh <i>Packaging</i> Terhadap Keputusan Pembelian Paket Wisata <i>Outbound</i> Di Kampung Batu Malakasari	63
Gambar 2.4	Paradigma Penelitian Pengaruh <i>Packaging</i> Terhadap Keputusan Pembelian Paket Wisata <i>Outbound</i> Di Kampung Batu Malakasari	64
Gambar 3.1	Gambar Regresi Berganda .....	92
Gambar 4.1	Struktur Organisasi Kampung Batu Malakasari.....	103
Gambar 4.2	Variabel <i>Packaging</i> Pada Garis Kontinum .....	122
Gambar 4.3	Variabel Keputusan Pembelian Pada Garis Kontinum.....	129
Gambar 4.4	Histogram Keputusan Pembelian .....	131
Gambar 4.5	<i>Normal Probability Plot</i> .....	132
Gambar 4.6	Hasil Uji Heteroskedastisitas .....	133



## DAFTAR PUSTAKA

### Buku

- Ali Hasan. 2009. *Edisi Baru Marketing*. Yogyakarta : Media Pressindo.
- Arsenault, Nancy dan Gale, Trace. 2004. *Defining Tomorrows Tourism Product : Packaging Experience*. Canadian Tourism Commision.
- Buchori Alma. 2008. *Manajemen Pemasaran dan Pemasaran Jasa*. Bandung : Alfabeta.
- Cruch, Goeffry I., Richard R. Perdu. 2006. *Consumer Psycology of Tourism Hospitality and Leisure Volume 3*. CABI Publishing : USA.
- Hurriyati, Ratih. 2008. *Bauran Pemasaran dan Loyalitas Konsumen*. Bandung : Alfabeta
- I Gede Pitana dan Putu G. Gayatri. 2005. *Sosiologi dan Antropologi Pariwisata*. Yogyakarta : Andi.
- Kolb, Bonita. 2006. *Tourism Marketing For Cities And Town Using Branding And Event To Attract Tourist*. Oxford : Elsevier.
- Kotler, Phillip, Kevin Lane Keller. 2009. *Marketing Management 12<sup>th</sup> Edition*. New Jersey : Prentince Hall.
- \_\_\_\_\_. 2012. *Marketing Management 14<sup>th</sup> Edition*. New Jersey : Prentince Hall.
- Kotler, Philip, John T. Bowen, James C. Makens. 2006. *Marketing for Hospitality and Tourism 4<sup>th</sup> Edition*. New Jersey : Prentince Hall.
- Kotler, Philip, and Garry Armstrong. 2009. *Principles of Marketing 12<sup>th</sup> Edition*. New Jersey : Prentince Hall.
- \_\_\_\_\_. 2011. *Principles of Marketing 14<sup>th</sup> Edition*. New Jersey : Prentince Hall.
- Middelton V.T.C and Clarke j. 2001. *Marketing in Travel and Tourism*. Butterworth-Heinemann : Oxford.
- Morrison, Allastair M. 2002. *Hospitality and Travel Marketing 3<sup>rd</sup> Edition*. Delmar : New York.
- \_\_\_\_\_. 2010. *Hospitality and Travel Marketing 4<sup>th</sup> Edition*. Delmar : New York.
- Nyoman, S.Pendit. 2003. *Ilmu Pariwisata Sebuah Pengaruh Perdana*. Jakarta: PT. Pradnya Paramita.

- Ratih, Hurriyati. 2010. *Bauran Pemasaran dan Loyalitas Konsumen*. Bandung : Alfabeta.
- Smith, Aaron C.T. 2008. *Introduction to Sport Marketing 1<sup>st</sup> Edition*. Elsevier : Oxford UK.
- Sugiyono, 2010. *Metode Penelitian Kuantitatif Kualitatif dan R&D*. Alfabeta : Bandung.
- \_\_\_\_\_, 2011. *Metode Penelitian Kuantitatif Kualitatif dan R&D*. Alfabeta : Bandung.
- \_\_\_\_\_, 2013. *Metode Penelitian Kuantitatif Kualitatif dan R&D*. Alfabeta : Bandung.
- Suharsimi Arikunto. 2009. *Prosedur Penelitian: Suatu Pendekatan Praktek (Edisi Revisi 5)*. Jakarta : PT. Rineka Cipta.
- Tjiptono, Fandy. 2012. *Pemasaran Jasa*. Banyumedia Publishing : Jawa Timur
- Uma Sekaran. 2006. *Research Method Of Business*. Jakarta : Salemba Empat
- Umar Husein. 2009. *Metode Penelitian Untuk Skripsi dan Tesis Bisnis Edisi Kedua*. Jakarta : Rajawali Pers.
- Undang-undang No. 10 Tahun 2009 Tentang Kepariwisataaan.
- Zeithalm, Valerie A, Binter Mary Jo, Gremler Dwainer. 2013. *Service Marketing "Intergrating Customer Focus Across The Firm"*. International Edition. Boston : Mc Graw Hill.

## **Jurnal**

- Adrianus, Yufiarti. 2006. *Memupuk karakteristik siswa melalui kegiatan outbound*.
- Corriea Antonia, Adriano Pimpao. 2008. *Decision-making Process of Portugese Tourist Traveling to South America and Africa*. Faculty of Economic, University of Algarve, Fasro, Portugal.
- Bresler, Nerlin. 2010. *Decision Factors for Domestic Packages Tours-Case Study of A Region in South Africa*. Turizam.
- Dewi, Selna Sari Purnama. 2013. *Pengaruh packaging Terhadap Proses Keputusan Pembelian Paket Wisata Olahraga Rafting Arus Liar*. Skripsi Manajemen Pemasaran Pariwisata UPI Bandung.
- Harun Al Rasyid. (1994). *Teknik Penarikan Sampel dan Penyusunan Skala*. Bandung: Program Studi Ilmu Sosial Bidang Kajian Utama Sosiologi Antropologi Program Pasca Sarjana UNPAD

Rewatrakunphaiboon, Walaipon dan Harmen Oppeewal. 2004. *Effect of Holiday Packaging on Tourist Decision Making : Some Preliminary Result*. School of Management University of Survey & Departement of Marketing, Monash University.

Rewatrakunphaiboon, Walaipon. 2008. *Effect of Package Holiday Information Presentation on Destination Choice*. *Journal of Travel Research*.

Romdoni, Budi Akhmad. 2013. *Pengaruh Kualitas Berkunjung Di Wisata Pakuhaji*. Manajemen Pemasaran Pariwisata UPI. Bandung.

Smith, Keren A. 2007. *Distribution Channel for Event : Supply and Demand-side Persective*. Victoria University : New Zealand.

Sukmawati, Liana. 2013. *Pengaruh Kinerja Bauran Promosi Terhadap Keputusan menggunakan Paket Outbound di Ciwangun Indah Camp*. Manajemen Pemasaran Pariwisata UPI. Bandung.

#### ***Website***

[www.pikiran-rakyat.com](http://www.pikiran-rakyat.com) (diakses pada 5 februari 2014)

[www.gooutbound.com](http://www.gooutbound.com) (diakses pada 30 januari 2014)

[www.kimpraswil.go.id](http://www.kimpraswil.go.id) (diakses pada 14 januari 2014)

[www.gaiaindonesia.com](http://www.gaiaindonesia.com) (diakses pada 30 februari 2014)

[www.outwardbound.com](http://www.outwardbound.com) (diakses pada 30 februari 2014)