

KEPUTUSAN KONSUMEN MEMBELI PAKET WISATA *OUTBOUND* DI TX TRAVEL BOGOR

PROYEK AKHIR

Diajukan sebagai salah satu syarat dalam menyelesaikan
Program Diploma-IV
Program Studi Manajemen Pengaturan Perjalanan
Sekolah Tinggi Pariwisata Bandung



Disusun oleh:
YOBEL TIMOTIUS
201621224

**PROGRAM STUDI MANAJEMEN PENGATURAN
PERJALANAN
SEKOLAH TINGGI PARIWISATA NHI BANDUNG
2020**

LEMBAR PENGESAHAN

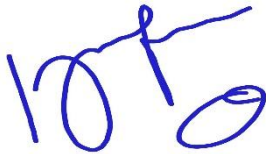
KEPUTUSAN KONSUMEN MEMBELI PAKET WISATA *OUTBOUND* DI TX
TRAVEL BOGOR

NAMA : YOBEL TIMOTIUS

NIM : 201621224

PROGRAM STUDI : MANAJEMEN PENGATURAN PERJALANAN

Pembimbing I,



Nuraeni Handayani, S.S., M. Pd., CHE

NIP. 19811203 200502 2 001

Pembimbing II,



Sukmadi, Dr., SE., MM.

NIP. 19700810 200605 1 001

Bandung, 2020

Mengetahui,
Kepala Bagian Administrasi Akademik dan Kemahasiswaan,

Andar Danova L. Goeltom, S.Sos., M. Sc.

NIP. 19710506 199803 1 001

PERNYATAAN MAHASISWA

Yang bertanda tangan di bawah ini, saya:

Nama : YOBEL TIMOTIUS
Tempat/Tanggal Lahir : Bogor, 15 Mei 1998
NIM : 201621224
Program Studi : MANAJEMEN PENGATURAN PERJALANAN
Jurusan : PERJALANAN

Dengan ini saya menyatakan bahwa:

1. Tugas Akhir/Proyek Akhir/Skripsi yang berjudul: Keputusan Konsumen Membeli Paket Wisata Outbound di Tx Travel Bogor ini adalah merupakan hasil karya dan hasil penelitian saya sendiri, bukan merupakan hasil penjiplakan, pengutipan, penyusunan oleh orang atau pihak lain atau cara-cara lain yang tidak sesuai dengan ketentuan akademik yang berlaku di STP Bandung dan etika yang berlaku dalam masyarakat keilmuan kecuali arahan dari Tim Pembimbing.
2. Dalam Tugas Akhir/Proyek Akhir/Skripsi ini tidak terdapat karya atau pendapat yang telah ditulis atau dipublikasikan orang atau pihak lain kecuali secara tertulis dengan jelas dicantumkan sebagai acuan dalam naskah dengan disebutkan sumber, nama pengarang dan dicantumkan dalam daftar pustaka.
3. Surat Pernyataan ini saya buat dengan sesungguhnya, apabila dalam naskah Tugas Akhir/Proyek Akhir/Skripsi ini ditemukan adanya pelanggaran atas apa yang saya nyatakan di atas, atau pelanggaran atas etika keilmuan, dan/atau ada klaim terhadap keaslian naskah ini, maka saya bersedia menerima sanksi akademik berupa pencabutan gelar yang telah diperoleh karena karya tulis ini dan sanksi lainnya sesuai dengan norma yang berlaku di Sekolah Tinggi Pariwisata Bandung ini serta peraturan-peraturan terkait lainnya.
4. Demikian Surat Pernyataan ini saya buat dengan sebenar-benarnya untuk dapat dipergunakan sebagaimana mestinya.

Bandung, Oktober 2020
Yang membuat pernyataan,



Yobel Timotius

HALAMAN MOTTO

“HAI PEMUDA (HARAPAN), JANGAN KAU BIARKAN SEJARAH
TERNODA, LUKISLAH DENGAN TINTA EMAS.”

Guruh Soekarnoputra

“There is a time to fight and there is a time to be clever.”

Pablo Escobar

“When you’re dead already, you’re free.”

Polly Gray (Peaky Blinders)

“There's a passage that I got memorized, seems appropriate for this situation: Ezekiel 25:17 that says: The path of the righteous man is beset of all sides by the iniquities of the selfish and the tyranny of evil me. Blessed is he who, in the name of the charity and good will, shepherds the weak through the valley of darkness, for he is truly his brother's keeper and the finder of lost children. And I will strike down upon thee with great vengeance and furious anger those who attempt to poison and destroy my brothers. And you will know my name is the Lord when I lay my vengeance upon thee.”

Jules Winnfield (Pulp Fiction)

HALAMAN PERSEMBAHAN

Pertama-tama serta yang utama, puji dan syukur kepada Tuhan Yesus Kristus, karena saya telah menyelesaikan perkuliahan serta Proyek Akhir ini.

Orang Tua dan Keluarga

Sebagai tanda bakti, hormat, dan bukti terima kasih terhadap segala doa, didikan, serta dukungan yang sudah diberikan di setiap hari dalam kehidupan saya.

Semoga Proyek akhir ini menjadi sebuah hasil yang dapat dibanggakan oleh keluarga, terutama papa dan mami, serta ketiga kakak-kakak saya, Kak Richard dan keluarganya, Kak Ryan, dan Kak Christa serta keluarganya. Dengan khusus, saya dedikasikan Proyek Akhir untuk keluarga.

Teman – teman seperjuangan Manajemen Pengaturan Perjalanan 2016

Khusus untuk seluruh teman – teman Manajemen Pengaturan Perjalanan 2016, suatu kehormatan bisa menjadi bagian dari kalian, untuk teman – teman seperjuangan tunda sidang, serta semua teman - teman tanpa terkecuali, seluruh dukungan dan motivasi yang sudah diberikan selama menempuh pendidikan di STP NHI Bandung tidak akan pernah dilupakan. *See you on top.*

ABSTRAK

Dalam membeli sebuah produk, seorang konsumen harus melewati proses pengambilan keputusan pembelian produk tersebut. Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui lebih lanjut mengenai alasan, motivasi, dan tujuan para konsumen dalam mengambil keputusan untuk membeli paket wisata *outbound* di TX Travel Bogor, serta apa kelebihan TX Travel Bogor dibandingkan biro perjalanan wisata lainnya. Metode penelitian yang digunakan pada penelitian ini ialah metode statistik deskriptif dengan pendekatan kuantitatif. Teknik pengumpulan data dilakukan dengan menggunakan kuesioner dan studi kepustakaan. Pengambilan sampel dalam penelitian ini dilakukan menggunakan teknik *purposive sampling* dimana sampel diambil dari jumlah responden yang merupakan konsumen yang membeli paket wisata *outbound* di TX Travel Bogor. Objek pada penelitian ini ialah konsumen TX Travel Bogor dan subjek/ responden dari penelitian ini adalah 100 orang konsumen yang pernah membeli paket wisata *outbound* di TX Travel Bogor. Hasil dari penelitian ini menunjukkan bahwa dari keempat dimensi yang diteliti, dapat disimpulkan bahwa ke-empat dimensi sudah dinilai baik tetapi masih ada beberapa aspek yang perlu ditingkatkan. Rekomendasi yang diberikan kepada TX Travel Bogor adalah bahwa TX Travel Bogor diharapkan bisa mengembangkan paket wisata *outbound* yang dipasarkannya secara inovatif, meningkatkan pelayanan yang diberikan, serta memasarkan paket wisata *outbound*-nya di berbagai platform *online*.

Kata kunci: Keputusan Konsumen, Paket Wisata *Outbound*, Biro Perjalanan Wisata

ABSTRACT

A consumer have to go through a decision-making process to buy a product. This research aims to find out more about the reasons, motivations, and goals of consumers in making decisions to buy outbound tour packages at TX Travel Bogor, and what are the advantages of TX Travel Bogor compared to other travel agencies selling similar tour packages.

The research method used in this research is descriptive statistical method with quantitative approach. The data was collected using questionnaires and literature study. The sampling method used in this study was purposive sampling technique where the sample was taken from the number of respondents who were consumers who have bought outbound tour packages at TX Travel Bogor. The object of this research is the consumers of TX Travel Bogor and the subjects/ respondents of this research are 100 consumers who have bought outbound tour packages at TX Travel Bogor in the past.

The results of this study indicate that of the four dimensions studied, it can be concluded that the four dimensions have been considered good but there are still several aspects that need to be improved. The recommendation given to TX Travel Bogor is that TX Travel Bogor is expected to be able to develop their outbound tour packages innovatively, improve the services provided, and market its outbound tour packages on various online platforms.

Key Words: Consumer Decisions, Outbound Tour Package, Travel Agency

KATA PENGANTAR

Puji syukur peneliti ucapkan kepada Tuhan Yang Maha Esa, karena atas berkat, karunia, serta rahmat-Nyalah peneliti dapat menyelesaikan Proyek Akhir dengan judul *Keputusan Konsumen Membeli Paket Wisata Outbound di TX Travel Bogor*. Proyek Akhir ini diajukan sebagai salah satu syarat dalam menyelesaikan studi jenjang Diploma-IV, Program Studi Manajemen Pengaturan Perjalanan, Jurusan Perjalanan, Sekolah Tinggi Pariwisata NHI Bandung.

Dalam penyusunan Proyek Akhir ini, penulis mendapatkan banyak bantuan dan bimbingan yang membangun dari berbagai pihak. Dalam kesempatan ini, penulis secara khusus ingin mengucapkan terima kasih kepada:

1. Bapak Faisal, MM. Par, CHE. selaku Ketua Sekolah Tinggi Pariwisata NHI Bandung.
2. Ibu Endang Komesty Sinaga, SS. MM. Par., CHE. selaku Ketua Jurusan Perjalanan.
3. Bapak Wisnu Prahadianto, SE. M.Sc. selaku ketua Program Studi Manajemen Pengaturan Perjalanan.
4. Ibu Nuraeni Handayaniingrum, S.S., M. Pd., CHE., yang telah bersedia menjadi pembimbing I dalam penyusunan Proyek Akhir ini.
5. Bapak Sukmadi, Dr., SE., MM., yang telah bersedia menjadi pembimbing II dalam penyusunan Proyek Akhir ini.
6. Para dosen dan staff Jurusan Perjalanan atas segala ilmu yang sudah diberikan selama ini.

7. Bapak Moses selaku *director* dari TX Travel Bogor yang telah bersedia membantu dalam seluruh proses penyusunan Proyek Akhir ini.
8. Orang Tua dan seluruh saudara yang sudah memberikan dukungan, doa, motivasi, dan bantuan selama penyusunan Proyek Akhir ini.
9. Para sahabat dan rekan-rekan dari Manajemen Pengaturan Perjalanan 2016 yang sudah bersama-sama berjuang dalam menempuh pendidikan di Sekolah Tinggi Pariwisata Bandung.

Penulis sangat sadar bahwa dalam penyusunan Proyek Akhir dengan judul *Keputusan Konsumen Membeli Paket Wisata Outbound di TX Travel Bogor* ini, penulis masih memiliki banyak kekurangan, oleh karena itu penulis meminta maaf terlebih dahulu jika terdapat ketidak sempurnaan dalam penulisan dan isi dari Proyek Akhir ini. Penulis berharap akan adanya kritik dan saran yang membangun dari berbagai pihak yang telah membaca Proyek Akhir ini demi kebaikan dan perkembangan penulis. Penulis berharap semoga Proyek Akhir ini dapat memberi dampak dan manfaat pada wawasan dan ilmu pengetahuan pada umumnya, khususnya untuk penulis dan untuk pembaca penelitian ini.

Bandung, 2020

Penulis

DAFTAR ISI

LEMBAR PENGESAHAN	ii
KATA PENGANTAR	iii
DAFTAR TABEL	vii
DAFTAR GAMBAR	ix
DAFTAR LAMPIRAN	x
BAB I	1
BAB II	8
A. Kajian Teori	8
1. Pariwisata	8
2. Keputusan Konsumen	9
3. Proses Keputusan Pembelian	12
4. Faktor yang Mempengaruhi Perilaku Pembelian	17
5. Konsumen	26
6. Pariwisata <i>Outbound</i>	26
7. Biro Perjalanan Wisata (BPW)	27
B. Kerangka Pemikiran	29
BAB III	31
A. Pendekatan Penelitian	31
B. Obyek Penelitian	32
C. Populasi dan Sampling	33
D. Metode Pengumpulan Data	35
E. Definisi Operasional Variabel	36
F. Analisis Data	38
G. Jadwal Penelitian	43
BAB IV	44
A. Hasil Penelitian	44
1. Data Responden	44
2. Penilaian Keputusan Konsumen Membeli Paket Wisata <i>Outbound</i> di TX Travel Bogor	48
B. Pembahasan	55
1. Analisis Penilaian Mengenai Pembelian Paket Wisata <i>Outbound</i> Di Tx Travel Bogor Pada Faktor Budaya	56

2. Analisis Penilaian Mengenai Pembelian Paket Wisata <i>Outbound</i> Di Tx Travel Bogor Pada Faktor Sosial	58
3. Analisis Penilaian Mengenai Pembelian Paket Wisata <i>Outbound</i> Di Tx Travel Bogor Pada Faktor Pribadi	60
4. Analisis Penilaian Mengenai Pembelian Paket Wisata <i>Outbound</i> Di Tx Travel Bogor Pada Faktor Psikologis	63
BAB V	68
A. Simpulan	68
1. Faktor Budaya	68
2. Faktor Sosial	68
3. Faktor Pribadi	68
4. Faktor Psikologis	69
B. Rekomendasi	70
DAFTAR PUSTAKA	71
LAMPIRAN	74

DAFTAR TABEL

TABEL	HALAMAN
1. DATA JUMLAH PESERTA YANG MENGIKUTI PAKET WISATA <i>OUTBOUND</i> TAHUN 2015 – 2019.....	4
2. FAKTOR YANG MEMPENGARUHI PERILAKU PEMBELIAN.....	5
3. TIPE PERILAKU PEMBELIAN KONSUMEN.....	10
4. TAHAP PENGAMBILAN KEPUTUSAN.....	12
5. FAKTOR YANG MEMPENGARUHI PERILAKU PEMBELIAN.....	17
6. SKALA LIKERT.....	36
7. MATRIKS OPERASIONAL VARIABEL (MOV).....	37
8. HASIL UJI VALIDITAS.....	40
9. HASIL UJI RELIABILITAS.....	42
10. JADWAL PENELITIAN.....	43
11. HASIL KEPUTUSAN KONSUMEN MEMBELI PAKET WISATA <i>OUTBOUND</i> DI TX TRAVEL BOGOR BERDASARKAN FAKTOR BUDAYA.....	48
12. HASIL KEPUTUSAN KONSUMEN MEMBELI PAKET WISATA <i>OUTBOUND</i> DI TX TRAVEL BOGOR BERDASARKAN FAKTOR SOSIAL.....	49
13. HASIL KEPUTUSAN KONSUMEN MEMBELI PAKET WISATA <i>OUTBOUND</i> DI TX TRAVEL BOGOR BERDASARKAN FAKTOR PRIBADI.....	51
14. HASIL KEPUTUSAN KONSUMEN MEMBELI PAKET WISATA <i>OUTBOUND</i> DI TX TRAVEL BOGOR BERDASARKAN FAKTOR PSIKOLOGIS.....	53
15. PENENTUAN NILAI MAKSIMUM DAN NILAI MINIMUM PADA GARIS KONTINUM.....	55
16. HASIL PEMBOBOTAN FREKUENSI PENILAIAN MENGENAI PEMBELIAN PAKET WISATA <i>OUTBOUND</i> DI TX TRAVEL BOGOR BERDASARKAN FAKTOR BUDAYA.....	56

17. HASIL PEMBOBOTAN FREKUENSI PENILAIAN MENGENAI PEMBELIAN PAKET WISATA <i>OUTBOUND</i> DI TX TRAVEL BOGOR BERDASARKAN FAKTOR SOSIAL.....	58
18. HASIL PEMBOBOTAN FREKUENSI PENILAIAN MENGENAI PEMBELIAN PAKET WISATA <i>OUTBOUND</i> DI TX TRAVEL BOGOR BERDASARKAN FAKTOR PRIBADI.....	60
19. HASIL PEMBOBOTAN FREKUENSI PENILAIAN MENGENAI PEMBELIAN PAKET WISATA <i>OUTBOUND</i> DI TX TRAVEL BOGOR BERDASARKAN FAKTOR PSIKOLOGIS.....	63

DAFTAR GAMBAR

GAMBAR	HALAMAN
1. KERANGKA PEMIKIRAN.....	30
2. DATA RESPONDEN BERDASARKAN JENIS KELAMIN.....	44
3. DATA RESPONDEN BERDASARKAN USIA.....	45
4. DATA RESPONDEN BERDASARKAN DOMISILI.....	45
5. DATA RESPONDEN BERDASARKAN PENDIDIKAN TERAKHIR..	46
6. DATA RESPONDEN BERDASARKAN PENDAPATAN PER BULAN.....	46
7. DATA RESPONDEN BERDASARKAN JUMLAH PEMBELIAN PAKET <i>OUTBOUND</i> DI TX TRAVEL BOGOR.....	47
8. PERHITUNGAN SKALA RENTANG.....	56
9. RENTANG PENILAIAN PEMBELIAN PAKET WISATA <i>OUTBOUND</i> DI TX TRAVEL BOGOR BERDASARKAN FAKTOR BUDAYA.....	57
10. RENTANG PENILAIAN PEMBELIAN PAKET WISATA <i>OUTBOUND</i> DI TX TRAVEL BOGOR BERDASARKAN FAKTOR SOSIAL.....	60
11. RENTANG PENILAIAN PEMBELIAN PAKET WISATA <i>OUTBOUND</i> DI TX TRAVEL BOGOR BERDASARKAN FAKTOR PRIBADI.....	63
12. RENTANG PENILAIAN PEMBELIAN PAKET WISATA <i>OUTBOUND</i> DI TX TRAVEL BOGOR BERDASARKAN FAKTOR PSIKOLOGIS..	67

DAFTAR LAMPIRAN

LAMPIRAN	HALAMAN
1. KUESIONER PENELITIAN.....	75
2. BIODATA PENULIS.....	78

DAFTAR PUSTAKA

- Anwar, S. (2011). *Metologi Penelitian Bisnis*. Jakarta: Salemba Empat.
- Arikunto, S. (2010). *Prosedur Penelitian Suatu Pendekatan Praktik*. Jakarta: Rineka Cipta.
- Assiyah, R. (2008). *Potensi dan Pengembangan Wisata Desa Ngablak di Sleman Yogyakarta*. Surakarta: Fakultas Sastra dan Seni Rupa Universitas Sebelas Maret.
- Damardjati, R. (2001). *Istilah-istilah Dunia Pariwisata*. Jakarta: Pradnya Paramita.
- Engel, J. M. (1994). *Perilaku Konsumen* (Vol. 6). Binarupa Aksara.
- Ghozali, I. (2006). *Aplikasi Analisis Multivariate Dengan Program SPSS* (4 ed.). Semarang: Badan Penerbit Universitas Diponegoro.
- Hanlon, B., & Larget, B. (2011). Samples and Populations. *Department of Statistics University of Wisconsin*, 1-21.
- Hasan, M. I. (2002). *Pokok-pokok Materi Metodologi Penelitian dan Aplikasinya*. Bogor: Ghalia Indonesia.
- Indonesia, P. R. (n.d.). *Undang-undang Republik Indonesia Nomor 10 Tahun 2009 Tentang Kepariwisataaan*. Diambil dari <https://jdih.kemenkeu.go.id/fullText/2009/10TAHUN2009UU.HTM>
- Indonesia, P. R. (n.d.). *Undang-undang Republik Indonesia Nomor 8 Tahun 1999 Tentang Perlindungan Konsumen*. Diambil dari <https://www.hukumonline.com/pusatdata/detail/447/undangundang-nomor-8-tahun-1999>
- Kotler, P. (2005). *Manajemen Pemasaran* (1st and 2nd ed.). Jakarta: PT. Indeks.
- Kotler, P. (2007). *Manajemen Pemasaran* (12 ed., Vol. 2). New Jersey: PT. Indeks.
- Kotler, P., & Armstrong. (2000). *Prinsip-prinsip Pemasaran* (12 ed., Vol. 1). Jakarta: Erlangga.
- Kotler, P., & Armstrong, G. (2003). *Dasar-dasar Pemasaran*. Jakarta: Prenhallindo.
- Kotler, P., & Keller, K. L. (2009). *Manajemen Pemasaran* (13 ed.). Jakarta: Erlangga.
- Kurniawan, A. W., & Puspitaningtyas, Z. (2012). Prediksi Tingkat Pengembalian Investasi Berupa Devidend Yield Berdasarkan Analisis Financial Ratio. *Majalah EKONOMI: Telaah Manajemen, Akuntansi, dan Bisnis*, 89-98.
- Kusmayadi, & Sugiarto. (2000). *Metodologi Penelitian dalam Bidang Kepariwisataaan*. Jakarta: PT. Gramedia Pustaka Utama.
- McCombes, S. (15 Mei 2019). *Descriptive Research*. Diambil dari Scribbr: <https://www.scribbr.com/methodology/descriptive-research/>

- Nazir, M. (2005). *Metode Penelitian*. Bogor: Ghalia Indonesia.
- Nursastri, S. A. (16 Februari 2017). *Penduduk Negara Berkembang Makin Gencar Liburan ke Luar Negeri*. Diambil dari Kompas.com: <https://travel.kompas.com/read/2017/02/16/080300927/penduduk.negara.berkembang.makin.gencar.liburan.ke.luar.negeri?page=all>
- Organization, W. T. (2012). *Annual Report 2011*. Retrieved from World Tourism Organization (UNWTO): http://www2.unwto.org/annual_report_2011.pdf
- Peter, J. P., & Olson, J. C. (2008). *Consumer behaviour: Perilaku Konsumen dan Strategi Pemasaran*. Jakarta: Erlangga.
- Petriella, Y. (26 Februari 2019). *Ramai-Ramai Pergi ke Luar Negeri Usai Pilpres*. Diambil dari EKONOMI: <https://ekonomi.bisnis.com/read/20190226/12/893367/ramai-ramai-pergi-ke-luar-negeri-usai-pilpres>
- Prahadi, Y. Y. (24 Februari 2015). *Bangun Pariwisata, Infrastruktur Harus Mendukung*. Diambil dari SWA: <https://swa.co.id/swa/trends/management/bangun-pariwisata-infrastruktur-harus-mendukung>
- Purwanto, A., Erwan, & Sulistyastuti, D. R. (2007). *Metode Penelitian Kuantitatif Untuk Administrasi Publik dan Masalah-masalah Sosial*. Yogyakarta: Gaya Media.
- Riduwan. (2004). *Metode dan Teknik Menyusun Tesis*. Bandung: Alfabeta.
- Robbins, S., & Judge. (2008). *Perilaku Organisasi (Vol. 2)*. Jakarta: Salemba Empat.
- Sekaran, U., & Bougie, R. (2017). *Metode Penelitian untuk Bisnis: Pendekatan Pengembangan-Keahlian (6 ed., Vol. 1)*. Jakarta Selatan: Salemba Empat.
- Setiadi, N. J. (2003). *Perilaku Konsumen Konsep dan Implikasi untuk Strategi dan Penelitian Pemasaran*. Jakarta: Kencana.
- Sinaga, S. (2010). *Potensi dan Pengembangan Objek Wisata di Kabupaten Tapanuli Tengah*. Medan: Universitas Sumatera Utara.
- Statistik, B. P. (29 Oktober 2012). *Statistik Jasa Perjalanan Wisata 2011*. Diambil dari Badan Pusat Statistik: <https://www.bps.go.id/publication/2012/10/29/fa0e6a8acfbef126be3d4681/statistik-jasa-perjalanan-wisata-2011.html>
- Sugiyono. (2010). *Metode Penelitian Pendidikan*. Bandung: Alfabeta.
- Sugiyono. (2017). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D*. Bandung: Alfabeta.
- Wahab, S. (Manajemen Kepariwisata). 1992. Jakarta: Pradnya Paramita.
- Widodo. (2017). *Metodologi Penelitian, Populer dan Praktis*. Jakarta: PT. Raja Grafindo Persada.

Winardi. (2010). *Motivasi, Permotivasi, dan Manajemen* (1 ed., Vol. 1). Jakarta: PT. Raja Grafindo Persada.

Yoeti, O. A. (1996). *Pengantar Ilmu Pariwisata*. Bandung: Angkasa.

Yoeti, O. A. (2008). *Perencanaan dan Pengembangan Pariwisata*. Jakarta: Pradnya Paramita.