

PENERAPAN MARKETING MIX PADA JASA TRANSPORTASI DI FOR YOU TOUR BANDUNG

PROYEK AKHIR

Diajukan sebagai salah satu syarat dalam menyelesaikan studi pada program
Diploma IV



Disusun Oleh :

Aloysius Frankie Rio

201923263

PROGRAM STUDI USAHA PERJALANAN WISATA

POLITEKNIK PARIWISATA NHI BANDUNG

TAHUN AKADEMIK 2022/2023

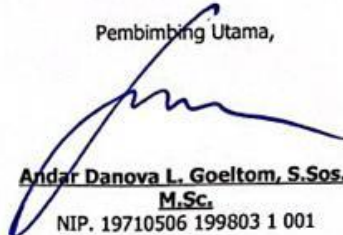
LEMBAR PENGESAHAN

JUDUL PROYEK AKHIR


"PENERAPAN MARKETING MIX PADA JASA TRANSPORTASI DI FOR YOU TOUR BANDUNG"

NAMA : Aloysius Frankie Rio
NIM : 201923263
JURUSAN : Perjalanan
PROGRAM STUDI : Usaha Perjalanan Wisata

Pembimbing Utama,


**Andar Danova L. Goeltom, S.Sos.,
M.Sc.**
NIP. 19710506 199803 1 001

Pembimbing Pendamping,


**Faisal Fahdian Puksi, M.Hum.,
M.Sc.**
NIP. 19850419 200912 1 002

Penguji I,


**Endang Komesty Sinaga,
S.S., MM.Par., CHE., CHRMP**
NIP. 19741103 200812 2 001

Penguji II,


Wisnu Prahajianto, SE., M.Sc.
NIP. 19730315 200605 1 002

Bandung, 24 Agustus 2023

Mengetahui,

Kabag. Administrasi Akademik Kemahasiswaan dan Kerja Sama

Ni Gusti Made Kerti Utami., BA., MM.Par CHE.
19710316 199603 2 001

Menyetujui,

Direktur Politeknik NHI Bandung



Andar Danova L. Goeltom, S.Sos., M.Sc., CHE
NIP. 19710506 199803 1 001

MOTTO

“Pull yourself together and quit tripping, cause you in the process.
God is processing you, and He ain’t through with you.”

~ *Steve Harvey* ~

“There is no perfect, especially love, and there will always be
struggle. You just have to pick who you want to struggle with.”

~ *Before We Go Movie* ~

PERSEMBAHAN

Proyek akhir ini saya persembahkan kepada diri saya sendiri, kedua orang tua dan adik saya, keluarga besar saya yang selalu memberikan dukungan langsung atau tidak langsung, seluruh anggota Kontrakan Bambang dan juga rekan-rekan lainnya yang sesekali menginap atau bertukar pikiran, serta Farah, Salva, April, dan kerabat dekat perempuan lainnya.

PERNYATAAN KEASLIAN KARYA

PERNYATAAN MAHASISWA

Yang bertanda tangan di bawah ini, saya :

Nama : Aloysius Frankie Rio
Tempat/Tanggal Lahir : Bandung / 19 Desember 2000
NIM : 201923263
Program Studi : Usaha Perjalanan Wisata
Jurusan : Perjalanan

Dengan ini saya menyatakan bahwa:

1. Proyek Akhir yang berjudul:
“Penerapan Marketing Mix pada Jasa Transportasi di For You Tour Bandung”
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 Politeknik Pariwisata NHI Bandung dan etika yang berlaku dalam masyarakat keilmuan kecuali arahan dari Tim Pembimbing.
2. Dalam Proyek Akhir 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 Proyek Akhir 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 Politeknik Pariwisata NHI Bandung ini serta peraturan-peraturan terkait lainnya.
4. Demikian Surat Pernyataan ini saya buat dengan sebenar-benarnya untuk dapat dipergunakan sebagaimana mestinya.

Bandung, 26 Juni 2023



Aloysius Frankie Rio
NIM : 201923263

ABSTRAK

Penelitian ini merupakan penelitian penerapan pemasaran pada jasa transportasi di perusahaan For You Tour Bandung dengan teori Marketing Mix. Perusahaan For You Tour Bandung merupakan sebuah perusahaan yang bergerak di bidang Tour and Travel yang memiliki aspek utama yaitu penjualan jasa transportasi untuk kebutuhan pariwisata atau hal lainnya, serta menyediakan beberapa paket wisata domestik dan variasi akomodasi. Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui dan menganalisa pengaruh dari setiap dimensi Marketing Mix (7P) terhadap jasa transportasi di perusahaan For You Tour Bandung. Berdasarkan *pra-survey* yang telah dilakukan bersama owner For You Tour Bandung, dapat ditarik kesimpulan bahwa terdapat masalah utama dalam perusahaan For You Tour Bandung, yaitu belum tercapainya penjualan dan pemasaran dalam jasa transportasi dalam ruang lingkup yang besar serta belum menarik minat konsumen secara luas, sehingga pendapatan perusahaan belum mencapai ekspektasi ataupun target yang optimal. Oleh karena itu, penulis menggunakan teori Marketing Mix yang diharapkan dapat mengetahui dan menganalisa setiap indikator yang masih belum optimal agar dapat diperbaiki dan mendapatkan evaluasi yang tepat. Tolak ukur yang digunakan dalam penelitian ini terdiri dari dimensi Marketing Mix, yaitu *Place*, *Product*, *Price*, *Promotion*, *People*, *Process*, dan *Physical Evidence*. Penelitian ini menggunakan metode deskriptif kuantitatif dan menggunakan teknik *purposive sampling*, serta melakukan penyebaran kuesioner/angket kepada responden yang telah memenuhi kriteria. Berdasarkan hasil pengolahan data yang telah dilakukan, dimensi dari *Physical Evidence* memiliki nilai rata-rata tertinggi dengan 4.27, sedangkan dimensi *Place* dan *Promotion* memiliki nilai rata-rata terendah dengan masing-masing skor 3.38 dan 3.20. Berdasarkan hal tersebut, rekomendasi yang dapat diberikan kepada perusahaan For You Tour Bandung dan dapat diterapkan adalah dengan pembaharuan lokasi / tempat untuk perusahaan, perekrutan dan pembuatan tim kreatif khusus untuk bidang promosi, menambah dan memperbanyak kegiatan promosi melalui berbagai media yang dapat terakses dengan baik oleh calon konsumen.

Kata Kunci: Marketing Mix 7P, Penerapan Pemasaran, Jasa Transportasi

ABSTRACT

This research is a study of the application of marketing to transportation services at the For You Tour Bandung company with Marketing Mix theory. For You Tour Bandung is a company engaged in Tour and Travel which has the main aspect of selling transportation services for tourism needs or other things, as well as providing several domestic tour packages and accommodation variations. This study aims to determine and analyze the effect of each dimension of the Marketing Mix (7P) on transportation services at the For You Tour Bandung company. Based on a pre-survey that has been conducted with the owner of For You Tour Bandung, it can be concluded that there is a major problem in the For You Tour Bandung company, namely that it has not achieved sales and marketing in transportation services in a large scope and has not attracted broad consumer interest, so that the company's revenue has not reached optimal expectations or targets. Therefore, researchers use Marketing Mix theory which is expected to find out and analyze each indicator that is still not optimal so that it can be improved and get the right evaluation. The benchmarks used in this study consist of Marketing Mix dimensions, namely Place, Product, Price, Promotion, People, Process, and Physical Evidence. This research uses quantitative descriptive methods and uses purposive sampling techniques, and distributes questionnaires / surveys to respondents who have met the criteria. Based on the results of data processing that has been carried out, the dimension of Physical Evidence has the highest average value with 4.27, while the Place and Promotion dimensions have the lowest average value with scores of 3.38 and 3.20 respectively. Based on this, the recommendations that can be given to the For You Tour Bandung company and can be implemented are to renew the location / place for the company, recruit and create a special creative team for the promotion sector, add and increase promotional activities through various media that can be well accessed by potential customers.

Key Words: Marketing Mix 7P, Marketing Application, Transportation Services

KATA PENGANTAR

Penulis mengucapkan puji syukur kerahmat Tuhan Yang Maha Esa, karena limpahan berkat dan karunia-Nya penulis dapat menyelesaikan Proyek Akhir dengan judul “**Penerapan Marketing Mix pada Jasa Transportasi di For You Tour Bandung**” secara baik dalam tujuan sebagai syarat kelulusan dalam jenjang pendidikan Diploma IV Program Studi Usaha Perjalanan Wisata Jurusan Perjalanan di Politeknik Pariwisata NHI Bandung.

Dalam proses penyusunan Proyek Akhir, penulis mendapatkan banyak doa, berbagai bantuan dan motivasi serta arahan dari banyak pihak. Maka dari itu, penulis memberikan ucapan terimakasih kepada seluruh pihak, diantaranya yaitu:

1. Tuhan Yang Maha Esa atas berkat, karunia, dan rahmat-Nya untuk memberikan kekuatan dan kemudahan selama menyusun Proyek Akhir kepada penulis.
2. Kedua orangtua serta adik kandung yang dengan tanpa henti memberikan motivasi dan mendukung dengan segenap hati, serta doa bagi penulis selama proses penyusunan Proyek Akhir.
3. Bapak Andar Danova L.Goeltom, S.Sos., M.Sc. selaku Ketua Politeknik Pariwisata NHI Bandung serta selaku Pembimbing Utama yang telah melimpahkan pemaparan dan pengetahuan yang mendukung selama proses penyusunan Proyek Akhir.

4. Ibu Dr. ER Ummi Kalsum, S.Sos., MM.Par., CHM. selaku Kepala Bagian Administrasi Akademik, Kemahasiswaan, dan Kerjasama Politeknik Pariwisata NHI Bandung.
5. Bapak Marsianus Raga, MM.Par. selaku Ketua Jurusan Perjalanan Politeknik Pariwisata NHI Bandung.
6. Bapak Faisal Fahdian Puksi, S.Hum., M.Sc. selaku Ketua Program Studi Usaha Perjalanan Wisata serta selaku Pembimbing Pendamping yang telah memberikan pengarahan dan rekomendasi untuk diterapkan dalam penyusunan Proyek Akhir.
7. Seluruh dosen Politeknik Pariwisata NHI Bandung terkhusus para dosen Program Studi Usaha Perjalanan Wisata yang senantiasa memberikan pemaparan, ilmu, dukungan, serta pembelajaran kepada penulis.
8. Bapak I Wayan Bugi selaku Owner For You Tour Bandung yang bersedia untuk memberikan informasi, data pendukung, dan aksesibilitas sebagai bahan dalam melakukan penelitian, serta mendukung penuh dalam penyusunan Proyek Akhir.
9. Kerabat dekat yang tinggal di Kontrakan Bambang, yaitu Adam Putra Budi Utama, Fadlulrahman Oktya, Lutfie Zaulhaq Angrianto, Muhammad Wahyu Bernandicta, dan Timoteus Yanuario yang memberikan dukungan moral dan akomodasi kepada penulis.
10. Farah Fadhilah Puteri, Salva Apriliani Subagja, Nabil Ramada Alparisi, Muhammad Janwarls Qadri, Muhammad Alif Naufal, Aprilia Triwardhani, serta kerabat dekat lainnya yang membantu dalam bertukar pikiran dan pendapat dalam proses penyusunan Proyek Akhir.

11. Seluruh orang dan pihak yang penulis tidak mencantumkan satu persatu, yang juga telah memberikan berbagai motivasi dan dukungan kepada penulis.
12. Penulis juga berterimakasih dan apresiasi kepada diri sendiri yang telah memberikan upaya dan usaha dalam menyusun Proyek Akhir dengan segenap hati dan pikiran, serta meningkatkan semangat dan niat dalam diri untuk menyusun Proyek Akhir dengan baik.

Dari penelitian ini, penulis menyadari dan memaklumi bahwa penyusunan Proyek Akhir ini terdapat beberapa kelemahan dan kekurangan. Oleh sebab itu, penulis menerima seluruh aspek kritik, rekomendasi, dan saran yang memberikan evaluasi terhadap penelitian ini dengan tujuan sebagai pembelajaran dan perbaikan, serta agar dapat menjadi manfaat untuk pembaca ataupun pengguna lainnya di masa mendatang.

Bandung, Juni 2023

Penulis

DAFTAR ISI

LEMBAR PENGESAHAN	i
MOTTO	ii
PERSEMBAHAN.....	iii
PERNYATAAN KEASLIAN KARYA	iv
ABSTRAK	v
ABSTRACT.....	vi
KATA PENGANTAR.....	vii
DAFTAR ISI.....	x
DAFTAR GAMBAR.....	xii
DAFTAR TABEL	xiii
DAFTAR LAMPIRAN	xiv
BAB I.....	1
PENDAHULUAN.....	1
A. Latar Belakang Penelitian.....	1
B. Rumusan Masalah.....	10
C. Tujuan Penelitian	11
D. Manfaat Penelitian	12
BAB II	14
TINJAUAN PUSTAKA	14
A. Kajian Teori.....	14
B. Kerangka Pemikiran.....	30
BAB III.....	32
METODE PENELITIAN	32

A. Desain Penelitian	32
B. Objek Penelitian	33
C. Populasi dan Sampling	37
D. Metode Pengumpulan Data	41
E. Definisi Operasional Variabel.....	43
F. Analisis Data	48
G. Jadwal Penelitian	53
BAB IV	55
HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN	55
A. Hasil Penelitian.....	55
B. Pembahasan	80
BAB V.....	95
SIMPULAN DAN REKOMENDASI.....	95
A. Simpulan	95
B. Rekomendasi.....	99
DAFTAR PUSTAKA	103
LAMPIRAN.....	107
INSTRUMEN PENELITIAN	107

DAFTAR GAMBAR

Gambar 1: Kerangka Pemikiran.....	31
Gambar 2: Logo Perusahaan For You Tour Bandung	34
Gambar 3: Struktur Organisasi For You Tour Bandung.....	36
Gambar 4: Data Jenis Kelamin Responden	55
Gambar 5: Data Usia Responden	56
Gambar 6: Data Pekerjaan Responden	57

DAFTAR TABEL

Tabel 1: Data Persentase Usaha Jasa Transportasi Wisata.....	6
Tabel 2: Karakteristik Khusus Jasa Angkutan Bus Pariwisata	7
Tabel 3: Data Aktivitas Jasa Transportasi For You Tour Bandung Tahun 2022.....	38
Tabel 4: Penentuan Jumlah Sampel Issac & Michael Berdasarkan Tingkat Kesalahan.....	40
Tabel 5: Matriks Operasional Variabel (MOV).....	46
Tabel 6: Skala Likert	49
Tabel 7: Uji Validitas	51
Tabel 8: Uji Reliabilitas	53
Tabel 9: Jadwal Penelitian	54
Tabel 10: Hasil Data Dimensi Place	58
Tabel 11: Hasil Data Dimensi Product.....	62
Tabel 12: Hasil Data Dimensi Price.....	65
Tabel 13: Hasil Data Dimensi Promotion	69
Tabel 14: Hasil Data Dimensi People	72
Tabel 15: Hasil Data Dimensi Process.....	76
Tabel 16: Hasil Data Dimensi Physical Evidence.....	78
Tabel 17: Skala Mean Indikator	82

DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran 1: Pedoman Kuesioner	107
Lampiran 2: Surat Izin Telah Melakukan Penelitian	114
Lampiran 3: Dokumentasi Lokus Penelitian.....	115
Lampiran 4: Form Bimbingan Proyek Akhir	116
Lampiran 5: Hasil Turnitin	118

DAFTAR PUSTAKA

- Amelinda Sudarto, R. R. (2015). Analisis Pengaruh Bauran Pemasaran 7P Terhadap Keputusan Pembelian Konsumen. Fakultas Teknik – Universitas Diponegoro.
- Andriansyah. (2015). Manajemen Transportasi dalam Kajian dan Teori. Jakarta: Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas Prof. Dr. Moestopo Beragama.
- Arianti, W. N. (2022). Strategi Bauran Pemasaran Pariwisata Terhadap Minat Berkunjung Wisatawan pada Lengkung Langit Lampung di Era New Normal. *Doctoral Dissertation*.
- Darmanto, A. (2014). Faktor yang Mempengaruhi Permintaan Jasa Transportasi Penyeberangan antar Pulau di Kota Raha. Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Hasanuddin Makassar.
- Desy Purwanti Atmaja, M. F. (2013). Pengaruh Produk, Harga, Lokasi dan Kualitas Layanan Terhadap Keputusan Pembelian. Universitas Kristen Petra Surabaya.
- Djaali, P. D. (2020). Metodologi Penelitian Kuantitatif. Jakarta: PT Bumi Aksara.
- Etty Caroline, I. S. (2021). Pengaruh Marketing Mix (7P) dan Perilaku Konsumen Terhadap Keputusan Pembelian Produk Healthy Food Bar di Malang. *Jurnal Manajemen Pemasaran*.
- Feisal Abidin, Z. A. (2017). Pengaruh *Service Marketing Mix* (Bauran Pemasaran Jasa). *Jurnal Administrasi Bisnis*.

- Gultom, D. K. (2017). Pengaruh Bauran Pemasaran Jasa Terhadap Citra Destinasi dan Kepuasan Wisatawan Serta Implikasinya Terhadap Loyalitas Wisatawan. Penelitian Akhir Universitas Muhammadiyah Sumatera Utara.
- Hakim, A. (2021). Analisis Data Kuantitatif untuk Ilmu-ilmu Sosial. Malang: Empatdua Media.
- Hermawan, F. T. (2020). Pengaruh Bauran Pemasaran Terhadap Keputusan Pembelian. STIE Indonesia.
- Intan, A. J. (2020). *The Effect of Marketing Mix (Product, Price, Place and Process) on Students' Desire to Recommend Lectures in Tourism Academy of NHI Bandung. BIRCI-Journal.*
- Kotler. (2014). *Marketing for Hospitality and Tourism.* Harlow: Pearson Education Limited.
- Lita, R. P. (2010). Pengaruh Implementasi Bauran Pemasaran Jasa Terhadap Proses Keputusan Wisatawan Mengunjungi Objek Wisata di Kota Padang. Jurusan Manajemen Fakultas Ekonomi Universitas Jambi.
- Ni Komang Ayu Trisna Dewi, I. K. (2018). Analisis Kepuasan Wisatawan Pengguna Jasa Transportasi Koperasi Angkutan Pariwisata Surya Kencana Sanur. Jurnal IPTA.
- Nur Hadziqotul Fatimah, R. T. (2015). Pengaruh Bauran Pemasaran Jasa Terhadap Nilai dan Niat Berperilaku Pelanggan Hotel Syariah Grand Kalimas di Surabaya. Fakultas Ekonomi dan Bisnis - Universitas Airlangga.
- Prabowo, S. (2015). Pengaruh Pelayanan Bus Efisiensi Jurusan Purwokerto-Yogyakarta Terhadap Tingkat Kepuasan Penumpang. Fakultas Teknik UMP.

- Prabowo, S. (2015). Pengaruh Pelayanan Bus Efisiensi Jurusan Purwokerto-Yogyakarta Terhadap Tingkat Kepuasan Penumpang. Fakultas Teknik UMP.
- Rima Untari, I. F. (2020). Statistik Industri Pariwisata dan Ekonomi Kreatif 2020. Jakarta: Pusat Data dan Sistem Informasi Kementerian Pariwisata dan Ekonomi Kreatif / Badan Pariwisata dan Ekonomi Kreatif.
- Rufalzyh. (2017). Strategi Komunikasi Pemasaran Pariwisata Labuan Bajo oleh Dinas Pariwisata dan Kebudayaan Kabupaten Manggarai Barat NTT. Fakultas Psikologi dan Ilmu Sosial Budaya UIN.
- Septia Awal Hidayah, I. D. (2020). Statistik Pariwisata dan Ekonomi Kreatif 2020. Jakarta: Pusat Data dan Sistem Informasi - Kementerian Pariwisata dan Ekonomi Kreatif / Badan Pariwisata dan Ekonomi Kreatif.
- Shafira, S. (2020). Personal Selling Paket Wisata Outbound di Pt. Wisata Amboina Bandung.
- Sugiyono. (2022). Metode Penelitian Kuantitatif. Bandung: Alfabeta.
- Tjiptono, F. (2019). Pemasaran Jasa - Prinsip, Penerapan, dan Penelitian. Yogyakarta: ANDI.
- Virgilenna, S. (2018). Strategi Pemasaran Pariwisata Sembalun Kecamatan Sembalun Kabupaten Lombok Timur Nusa Tenggara Barat. Jurnal Destinasi Pariwisata.
- Wahyu Abdillah, A. H. (2018). Pengaruh Bauran Pemasaran (7P) Terhadap Pengambilan Keputusan Siswa Dalam Memilih Sekolah Berbasis Entrepreneur. JIABI.

Widiasworo, E. (2019). *Menyusun Penelitian Kuantitatif untuk Skripsi dan Tesis*.
Yogyakarta: Araska.