

**PENGARUH HARGA TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN PAKET  
WISATA TURKI DI ALETA TOUR SIDOARJO**

**PROYEK AKHIR**

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

Program Studi Usaha Perjalanan Wisata  
Politeknik Pariwisata NHI Bandung



Disusun Oleh:

IOLA IRENE NESA

201923246

**PROGRAM STUDI USAHA PERJALANAN WISATA**

**JURUSAN PERJALANAN**

**POLITEKNIK PARIWISATA NHI BANDUNG**

**2023**

## LEMBAR PENGESAHAN

### JUDUL TUGAS AKHIR /PROYEK AKHIR

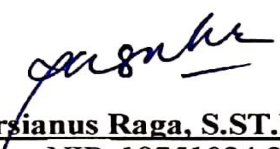
“PENGARUH HARGA TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN PAKET WISATA TURKI  
DI ALETA TOUR”

NAMA : IOLA IRENE NESA  
NIM : 201923246  
JURUSAN : PERJALANAN  
PROGRAM STUDI : USAHA PERJALANAN WISATA

Pembimbing Utama,

Pembimbing Pendamping,

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

  
Marsianus Raga, S.ST.Par., MM.Pa., CEE  
NIP. 19751024 200902 1 001

Bandung, 26 Juni 2023

Mengetahui,  
Kabag. Administrasi Akademik Kemahasiswaan dan Kerjasama,



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

# LEMBAR PENGESAHAN

JUDUL SKRIPSI/PROYEK AKHIR/TUGAS AKHIR

## PENGARUH HARGA TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN PAKET WISATA TURKI DI ALETA TOUR SIDOARJO

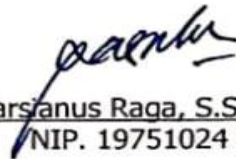
NAMA : Iola Irene Nesa  
NIM : 201923246  
JURUSAN : Perjalanan  
PROGRAM STUDI : Usaha Perjalanan Wisata

Pembimbing Utama,



Wisnu Pradianto, SE., M.Sc  
NIP. 19780315 200605 1 002

Pembimbing Pendamping,



Marsanus Raga, S.ST.Par., MM.Pa., CEE  
NIP. 19751024 200902 1 001

Penguji I,



Nuraeni Handayani, SS., M.Pd.  
NIP. 19811203 200502 2 001

Penguji II,



R. Wisnu Rahtomo, S.Sos., MM.  
NIP. 19660813 199103 1 001

Bandung, 22 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. Goelton, S.Sos., M.Sc., CHE  
NIP. 19710506 199803 1 001



## SURAT PERNYATAAN MAHASISWA

Yang bertanda tangan di bawah ini, saya :

Nama : IOLA IRENE NESA  
Tempat/Tanggal Lahir : SURABAYA, 6 DESEMBER 2001  
NIM : 201923246  
Program Studi : USAHA PERJALANAN WISATA (UPW)  
Jurusan : PERJALANAN

Dengan ini saya menyatakan bahwa:

1. Proyek Akhir yang berjudul:  
**PENGARUH HARGA TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN PAKET WISATA TURKI DI ALETA TOUR**  
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

nyataan,  
  
**IOLA IRENE NESA**  
NIM 201923246

## ABSTRAK

Wisatawan berpergian dari negara asalnya dengan melibatkan pengaturan perjalanan untuk pergi dari negara asalnya ke tujuan wisata dan kembali. Dalam upaya melakukan aktivitas wisata dengan berbagai motivasi yang wisatawan miliki, paket wisata bisa dijadikan pilihan terbaik calon pembeli untuk melakukan aktivitas wisata yang dengan alasan biro perjalanan wisata mempunyai jaringan yang lebih luas dalam industri pariwisata. Maka dari itu, penelitian ini memiliki tujuan untuk melihat seberapa besar pengaruh harga terhadap pembelian Paket Wisata Turki, seberapa besar pengaruh keputusan pembelian, dan melihat pengaruh harga terhadap keputusan pembelian Paket Wisata Turki di Aleta Tour. Metode penelitian yang peneliti gunakan adalah metode penelitian kuantitatif deskriptif, dengan alat pengumpul data dalam bentuk angket atau kuesioner. Pembagian kuesioner diberikan kepada sampel sejumlah 100 dari total 274 pax yang telah membeli Paket Wisata Turki di Aleta Tour dengan metode *simple random sampling*. Variabel X dalam penelitian ini adalah harga yang mempunyai total sebanyak empat dimensi dan Variabel Y adalah keputusan pembelian yang mempunyai total sebanyak lima dimensi, yang semua indikator pertanyaannya sudah valid dan reliabel. Analisis data yang digunakan adalah uji regresi linear sederhana dan uji normalitas. Hasil yang diperoleh dari penelitian ini ialah harga Paket Wisata Turki termasuk dalam kategori baik sampai sangat baik dan keputusan pembelian Paket Wisata Turki juga mendapatkan kategori baik sampai sangat baik, sedangkan terdapat pengaruh harga terhadap keputusan pembelian secara parsial dimana nilai model regresi linear sederhana keputusan pembelian =  $-13408.534 + 4495.139$  harga sehingga dapat disimpulkan memberikan pengaruh terhadap keputusan pembelian sebesar 0,449 yang memiliki arti variabel independen menerangkan variansi Y sebesar 44,9% sedangkan sisanya dijelaskan dalam variabel lain yang tidak terdapat pada model. Berdasarkan hasil, rekomendasi yang dapat diberikan ialah diharapkan perusahaan dapat menyesuaikan target pasar dengan menyediakan paket wisata yang lebih bervariasi, memaksimalkan pemasaran paket wisata yang dijual lewat media sosial, dan memaksimalkan pelayanan dalam melayani pembeli.

**Kata kunci :** Harga, Keputusan Pembelian, Aleta Tour

## **ABSTRACT**

*Travelers travel from their home country by involving travel arrangements to go from their home country to tourist destinations and back. In an effort to carry out tourism activities with various motivations that tourists have, tour packages can be the best choice for potential buyers to carry out tourism activities on the grounds that travel agencies have a wider network in the tourism industry. Therefore, this study aims to see how much influence price has on purchasing Turkey Tour Packages, how much influence purchasing decisions have, and see the effect of price on purchasing decisions for Turkey Tour Packages at Aleta Tour. The research method that researchers use is descriptive quantitative research method, with data collection tools in the form of a questionnaire or questionnaire. The distribution of questionnaires was given to a sample of 100 from a total of 274 pax who had purchased the Turkey Tour Package at Aleta Tour using the simple random sampling method. Variable X in this study is price which has a total of four dimensions and Variable Y is a purchasing decision which has a total of five dimensions, all of which the question indicators are valid and reliable. The data analysis used is a simple linear regression test and normality test. The results obtained from this study are that the price of the Turkey Tour Package is included in the good to very good category and the purchase decision for the Turkey Tour Package also gets a good to very good category, while there is a price effect on purchasing decisions partially where the value of the simple linear regression model of purchasing decisions =  $-13408.534 + 4495.139 \text{ price}$  so that it can be concluded that it has an influence on purchasing decisions of 0.449 which means that the independent variable explains the variance of Y by 44.9% while the rest is explained in other variables not included in the model. Based on the results, the recommendation that can be given is that the company is expected to adjust the target market by providing more varied tour packages, maximizing the marketing of tour packages sold through social media, and maximizing service in serving buyers.*

**Keywords :** *Price, Purchase Decision, Aleta Tour*

## KATA PENGANTAR

Rasa bersyukur penulis panjatkan kepada Tuhan Yang Maha Esa, atas berkat dan karunia-Nya telah memberi semangat dan kekuatan agar dapat menyelesaikan usulan penelitian yang berjudul **“Pengaruh Harga Terhadap Keputusan Pembelian Paket Wisata Turki di Aleta Tour Sidoarjo”**. Usulan penelitian ini merupakan syarat yang harus ditempuh penulis untuk menyelesaikan Proyek Akhir sebagai mahasiswa program studi Usaha Perjalanan Wisata di Politeknik Pariwisata NHI Bandung. Penulis juga mengucapkan rasa terima kasih kepada pihak-pihak yang telah membantu dalam proses penulisan ini.

1. Bapak Andar Danova L. Goeltom, S.Sos., M.Sc. selaku Direktur Politeknik Pariwisata NHI Bandung.
2. Bapak Marsianus Raga, S.ST.Par.,MM.Par.,CEE selaku Ketua Jurusan Perjalanan Politeknik Pariwisata NHI Bandung dan selaku Pembimbing Pendamping saya yang sudah sangat membantu dalam proses penyusunan proyek akhir ini.
3. Bapak Faisal Fahdian Puksi, M.Hum ,M.Sc selaku Ketua Program Studi Usaha Perjalanan Wisata Politeknik Pariwisata NHI Bandung.
4. Bapak Wisnu Prahadianto selaku Pembimbing Utama yang sudah sangat membantu dalam proses penyusunan proyek akhir ini.
5. Para Dosen dan Staff yang berada di Program Studi Usaha Perjalanan Wisata yang telah memberi ilmu pengetahuan kepada penulis.

6. Kepada Mama, Papa, Adek dan seluruh keluarga besar dari penulis yang sudah memberikan dukungan kepada penulis
7. Kepada Sahabat Penulis Tasia dan Aurel yang sudah memberikan semangat kepada penulis.
8. Kepada Teman – Teman Tersayang GNO Erlita, Alita, Fitra, Dyno, Sasa, April, Anjani, Nada, Puput, dan Fadya yang sudah selalu memberikan dukungan kepada penulis.
9. Aleta Tour yang bersedia untuk menjadi lokasi penelitian

Penulis berharap agar proses penelitian ini dapat berjalan dengan lancar, baik dalam pembuatan hingga pencarian data serta dapat diselesaikan tepat waktu. Akhir kata, semoga penelitian ini dapat bermanfaat bagi pengelola dan civitas yang memerlukan.

Terima Kasih

Bandung, 26 Juni 2023

Penulis



## DAFTAR ISI

LEMBAR PENGESAHAN .....	i
MOTTO .....	iii
PERSEMBAHAN.....	iv
SURAT PERNYATAAN MAHASISWA.....	v
ABSTRAK .....	vi
<i>ABSTRACT</i> .....	vii
KATA PENGANTAR .....	viii
DAFTAR ISI.....	x
DAFTAR GAMBAR .....	xii
DAFTAR TABEL.....	xiii
DAFTAR DIAGRAM.....	xv
BAB I PENDAHULUAN.....	1
A. Latar Belakang Masalah.....	1
B. Rumusan Masalah .....	9
C. Tujuan Penelitian .....	9
D. Manfaat Penelitian .....	10
BAB II TINJAUAN PUSTAKA.....	12
A. Kajian Teori .....	12
B. Kerangka Pemikiran.....	25
C. Penelitian Sebelumnya.....	26
BAB III METODE PENELITIAN.....	31
A. Pendekatan Penelitian .....	31

B. Objek Penelitian.....	32
C. Populasi dan Sampel .....	34
D. Metode Pengumpulan Data.....	36
E. Definisi Matriks Operasional Variabel .....	40
F. Analisis Data .....	43
G. Jadwal Penelitian.....	48
<b>BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN .....</b>	<b>49</b>
A. Hasil Penelitian .....	49
B. Pembahasan.....	80
<b>BAB V SIMPULAN DAN REKOMENDASI .....</b>	<b>92</b>
A. Simpulan .....	92
B. Rekomendasi.....	93
<b>DAFTAR PUSTAKA .....</b>	<b>98</b>
<b>LAMPIRAN.....</b>	<b>103</b>

## **DAFTAR GAMBAR**

GAMBAR 1 TAHAPAN KEPUTUSAN PEMBELIAN .....	23
GAMBAR 2 KERANGKA PEMIKIRAN .....	25
GAMBAR 3 LOGO PT. Aleta Shafa Wisata Tour .....	33
GAMBAR 4 UJI NORMALITAS .....	69
GAMBAR 5 UJI ASUMSI KLASIK NORMALITAS .....	70
GAMBAR 6 SCATTERPLOT HETEROSKEDASTISITAS .....	72

## DAFTAR TABEL

TABEL 1 DATA PENJUALAN PAKET WISATA TURKI DI ALETA TOUR.....	7
TABEL 2 PERBANDINGAN HARGA PAKET WISATA TURKI .....	8
TABEL 3 PENELITIAN SEBELUMNYA .....	26
TABEL 4 BOBOT NILAI SKALA LIKERT.....	39
TABEL 5 MATRIKS OPERASIONAL VARIABEL.....	42
TABEL 6 HASIL UJI VALIDITAS .....	46
TABEL 7 HASIL UJI RELIABILITAS .....	47
TABEL 8 JADWAL PENELITIAN .....	48
TABEL 9 SKALA LIKERT DENGAN PERHITUNGAN RATING SCALE .....	52
TABEL 10 REKAPITULASI ANALISIS DESKRIPTIF VARIABEL HARGA (X)	53
TABEL 11 REKAPITULASI ANALISIS DESKRIPTIF DIMENSI KETERJANGKAUAN HARGA .....	55
TABEL 12 REKAPITULASI ANALISIS DESKRIPTIF DIMENSI KESESUAIAN HARGA DENGAN KUALITAS.....	56
TABEL 13 REKAPITULASI ANALISIS DESKRIPTIF DIMENSI HARGA MEMILIKI DAYA SAING DENGAN PRODUK LAIN YANG SEJENIS .....	57
TABEL 14 REKAPITULASI ANALISIS DESKRIPTIF DIMENSI KESESUAIAN HARGA DENGAN MANFAAT.....	58
TABEL 15 REKAPITULASI ANALISIS DESKRIPTIF VARIABEL KEPUTUSAN PEMBELIAN (Y) .....	60
TABEL 16 REKAPITULASI ANALISIS DESKRIPTIF DIMENSI IDENTIFIKASI MASALAH ( <i>PROBLEM RESEARCH</i> ) .....	64
TABEL 17 REKAPITULASI ANALISIS DESKRIPTIF DIMENSI PENGGALIAN INFORMASI ( <i>INFORMATION SEARCH</i> ).....	65
TABEL 18 REKAPITULASI ANALISIS DESKRIPTIF DIMENSI EVALUASI ALTERNATIF ( <i>EVALUATION OF ALTERNATIVES</i> ).....	66
TABEL 19 REKAPITULASI ANALISIS DESKRIPTIF DIMENSI KEPUTUSAN PEMBELIAN ( <i>PURCHASE DECISION</i> ).....	67

TABEL 20 REKAPITULASI ANALISIS DESKRIPTIF DIMENSI SIKAP SETELAH PEMBELIAN ( <i>POST PURCHASE BEHAVIOUR</i> ) .....	68
TABEL 21 MULTIKOLINEARITAS .....	71
TABEL 22 UJI ASUMSI KLASIK HETEROSKEDASTISITAS .....	72
TABEL 23 UJI ASUMSI KLASIK AUTOKORELASI .....	73
TABEL 24 UJI ANOVA.....	75
TABEL 25 UJI PARSIAL .....	76
TABEL 26 KOEFISIEN DETERMINASI.....	77
TABEL 27 PERSAMAAN REGRESI .....	78

## **DAFTAR DIAGRAM**

DIAGRAM 1 JENIS KELAMIN RESPONDEN .....	50
DIAGRAM 2 USIA RESPONDEN.....	51
DIAGRAM 3 PENDAPATAN BULANAN RESPONDEN.....	51

## DAFTAR PUSTAKA

- Abubakar, R. (2017). *Manajemen Pemasaran*. Bandung: ALFABETA.
- Alastair, M. M. (2002). *Hospitality and Travel Marketing edisi ketiga*. USA: Delmar.
- Alastair, M. M. (2010). *Hospitality and Travel Marketing*. USA: Delmar Language Learning.
- Bafadhal, A. S. (2018). *Perencanaan Bisnis Pariwisata*. Malang: UB Press.
- Basu Swastha , H. T. (1997). *Manajemen Pemasaran : Analisa Perilaku Konsumen*. Yogyakarta: BPF.
- Buchari, A. (2011). *Manajemen Pemasaran dan Pemasaran Jasa, Cetakan ke 9*. Bandung: Alfabeth.
- Camilleri, M. A. (2019). *Tourism Planning and Destination Marketing*. UK: Emerald Publishing Limited.
- Damanik, J. H. (2006). *Perencanaan Ekowisata Edisi 1*. Yogyakarta: Andi.
- Darmadi, H. (2011). *Metode Penelitian Pendidikan*. Bandung: Alfabeta.
- Fandeli, C. (2001). *Dasar-dasar Manajemen Kepariwisata Alam*. Yogyakarta : Liberty.
- Gasperz, V. (1997). *Manajemen Kualitas*. Jakarta: PT. Gramedia Pusaka Utama.

- Greenberg, P. (2010). *CRM at the speed of light : Social CRM Strategies, Tool, and Techniques for Engaging Your Customer*. New York: McGraw-Hill.Inc.
- Hidayah, N. (2019). *Pemasaran Destinasi Pariwisata*. Bandung: Alfabeta.
- Holloway, H., & Christopher J. (2019). *The Business of Tourism, 8th Edition*. Pearson Education Limited.
- I.G dan Gayatri, P. .. (2005). *Pariwisata dan Komponennya* . Jakarta: Rajawali Pers.
- I.G dan Gayatri, P. G. (2005). *Sosiologi Pariwisata*. Yogyakarta : Andi Offest.
- J, J. S. (1987). *Pariwisata Indonesia, Sejarah, dan Prospeknya*. Yogyakarta: Kanisius.
- Keller, P. K. (2009). *Manajemen Pemasaran edisi 13 jilid 2*. Jakarta: Erlangga.
- Kotler, P. (2003). *Marketing Management 11th Edition*. New Jersey: Prentice Hall Int'l.
- Kotler, P. (2005). *Manajemen Pemasaran Jilid 1*. Jakarta: PT. Indeks Kelompok Gramedia.
- Kotler, P. K. (2016). *Marketing Management 15 Global Edition*. United States of America: Pearson Education Limited.
- Krisyanto I, A. E. (2018). Analisis Pengaruh Harga, Kualitas Pelayanan, Fasilitas, dan Lokasi Terhadap Kepuasan Konsumen di I Cafe Lina Putra Net Bandung. *Journal of Management*, 4(4).
- Kriyantono, R. (2020). *Teknik praktis riset komunikasi kuantitatif dan kualitatif disertai contoh praktis Skripsi, Tesis, dan Disertai Riset Media, Public Relations*.



- Mangembulude, Y. T. (2014). *Bentuk Wisata*. <https://plus.google.com/105741841322991382850>, 20 September 2019.
- Musanto, T. (2004). Faktor - Faktor Kepuasan Pelanggan dan Loyalitas Pelanggan : Studi Kasus Pada CV. Sarana Media Advertising Surabaya. *Jurnal Manajemen dan Kewirausahaan*, 122-136.
- Narimawati, U. (2010). *Metodologi Penelitian : Dasar Penyusun Penelitian Ekonomi*. Jakarta: Genesis.
- Nazir, M. (2003). *Metode Penelitian*. Jakarta: Ghalia Indonesia.
- Nazir, M. (2013). *Metode Penelitian*. Bogor: Ghalia Indonesia.
- Nugroho, A. S., & Haritanto, W. (2022). *Metode Penelitian Kuantitatif Dengan Pendekatan Statistika (Teori, Implementasi & Praktik dengan SPSS)*. Yogyakarta: ANDI OFFSET.
- Permata, D. (2011, 9 12). Retrieved from kompas.com: <https://travel.kompas.com/read/2011/09/12/17553816/~Travel~Travel%20Tip>
- Philip dan Amstrong, K. (2012). *Manajemen Pemasaran*. Jakarta: Erlangga.
- Pranoto, B. (2008). Pengaruh Harga dan Kualitas Produk Terhadap Keputusan Konsumen membeli kendaraan bermotor. *Jurnal Ilmiah Indonesia*, 40-46.
- Rachmawati, I. N. (2007). Pengumpulan Data Dalam Penelitian Kualitatif: Wawancara." Indonesian Journal of Nursing, vol 11, no,1. *Journal of Nursing*, 35-40.

- Sarwono, J. (2006). *Metode Penelitian Kuantitatif dan Kualitatif*. Yogyakarta: Graha Ilmu.
- Satibi, I. (2011). *Teknik Penulisan Skripsi, Tesis, dan Disertasi*. Bandung: Ceplas.
- Sax, G. (1980). *Principles of Educational and Psychological Measurement and Evaluation*. Belmont California: Wads Worth Pub.co.
- Sihite. (2002). *Pariwisata dan Komponennya* . Jakarta: Rajawali.Pers.
- Silalahi, U. (2012). *Metode Penelitian Sosial*. Bandung: PT. Refika Aditama .
- Supriyati. (2012). *Metodologi Penelitian Komputerisasi Akuntansi*. Bandung : Labkat.
- Suwartono, E. R. (2014). *Dasar - Dasar Metodologi Penelitian*. Yogyakarta: Andi.
- Suwena, W. (2017). *Pengetahuan Dasar Ilmu Pariwisata*. Bali: Pustaka Larasan.
- Tjiptono, F. (1997). *Strategi Pemasaran Edisi 2*. Yogyakarta: Andi Offset.
- Tjiptono, F. d. (2012). *Pemasaran Strategik*. Yogyakarta: ANDI.
- Utama, I. G. (2014). *Pengantar Indusrti Pariwisata*. Yogyakarta: Deepublish.
- Vavra, T. G. (2002). *Customer Satisfaction Measurement Simplified: a Step-by-stepguide for ISO 9001:2000 Certification*. Milwaukee: ASQ Quality Press.
- Widiyanto, J. (2010). *SPSS for Windows Untuk Analisis Data Statistik dan Penelitian*. Surakarta: BP-FKIP UMS.

Yazid. (2001). *Pemasaran Jasa Konsep dan Implementasi* . Yogyakarta: EKONISIA.

Yoeti, O. A. (2001). *Tours and Travel Management, Cetakan ke 6*. Bandung: PT. Angkasa.

Yusuf, A. (2014). *Metode Penelitian: Kuantitatif, Kualitatif, Penelitian Gabungan*. Jakarta: Kencana.

Zed, M. (2004). *Metode Penelitian Kepustakaan Cetakan Kesatu*. Jakarta: Yayasan Obor Indonesia.