

**MOTIVASI KONSUMEN DALAM PEMBELIAN  
PAKET WISATA PULAU DERAWAN  
DI 99 DEAL TOUR AND TRAVEL TARAKAN**

**PROYEK AKHIR**

Diajukan Untuk Memenuhi Salah Satu Syarat  
Dalam Menyelesaikan Program Diploma IV



Disusun Oleh:

STEFANIE

201923283

**PROGRAM STUDI USAHA PERJALANAN WISATA  
JURUSAN PERJALANAN  
POLITEKNIK PARIWISATA NHI  
BANDUNG  
2024**

## LEMBAR PENGESAHAN

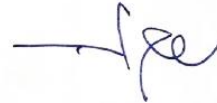
### LEMBAR PENGESAHAN

**“MOTIVASI KONSUMEN DALAM PEMBELIAN PAKET WISATA  
PULAU DERAWAN DI 99 DEAL TOUR AND TRAVEL TARAKAN ”**

**NAMA : STEFANIE**  
**NIM : 201923283**  
**JURUSAN : PERJALANAN**  
**PROGRAM STUDI : USAHA PERJALANAN WISATA**

Pembimbing Utama,

Pembimbing Pendamping,



**ENDANG KOMESTY SINAGA, SS., MM.Par., CHE**  
NIP 19741103 200812 2 001

**MISRAN, Lc., MA., M.Sc**  
NIP 19791224 200902 1 001

Bandung, 4 Januari 2024

Mengetahui,

Kabag. Administrasi Akademik Kemahasiswaan dan Kerjasama,



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

**LEMBAR PENGESAHAN**

**MOTIVASI KONSUMEN DALAM PEMBELIAN PAKET WISATA PULAU  
DERAWAN DI 99 DEAL TOUR AND TRAVEL TARAKAN**

NAMA : STEFANIE  
NIM : 201923283  
PROGRAM STUDI : USAHA PERJALANAN WISATA

Pembimbing Utama,



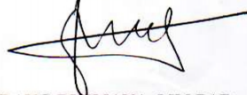
**ENDANG KOMESTY SINAGA, SS., MM.Par.,  
CHE**  
NIP. 19741103 200812 2 001

Pembimbing Pendamping,



**MISRAN, Lc., MA., M.Sc**  
NIP 19791224 200902 1 001

Penguji I



**DRS. ODANG RUSMANA, MM.PAR.**  
NIP. 196304191997031002

Penguji II



**DRA. P. JESSICA JOCELYN JOSARY, M.Sc., CHE**  
NIP. 19600429 199003 2 001

Bandung, Februari 2024

Mengetahui,

Kabag. Administrasi Akademik Kemahasiswaan dan  
Kerja Sama

Menyetujui,

Direktur Politeknik NHI Bandung



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

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

## **LEMBAR PERSEMBAHAN**

Proyek Akhir ini saya persembahkan untuk kedua orang tua saya yaitu Bapak Martua Felix Pakpahan dan ibu Rahmawati yang selama ini telah memberikan seluruh materi, waktu, cinta dan kasih sayangnya serta selalu tabah dan mendoakan keberhasilan penulis dari kecil hingga saat ini, tanpa beliau penulis tidak akan sampai pada titik ini.

## LEMBAR PERNYATAAN

### PERNYATAAN MAHASISWA

Yang bertanda tangan di bawah ini, saya :

Nama : Stefanie  
Tempat/Tanggal Lahir : Jakarta, 24 Mei 2001  
NIM : 201923283  
Program Studi : Usaha Perjalanan Wisata  
Jurusan : Perjalanan

Dengan ini saya menyatakan bahwa:

1. Tugas Akhir/Proyek Akhir yang berjudul:  
**“MOTIVASI KONSUMEN DALAM PEMBELIAN PAKET WISATA PULAU DERAWAN DI 99 DEAL TOUR AND TRAVEL TARAKAN”** 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 Tugas Akhir/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 Tugas Akhir/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 PariwisataNHI Bandung ini serta peraturan-peraturan terkait lainnya.
4. Demikian Surat Pernyataan ini saya buat dengan sebenar-benarnya untuk dapat dipergunakan sebagaimana mestinya.

Bandung, Januari 2024  
Yang membuat pernyataan,



**Stefanie**  
NIM 201923283

## ABSTRAK

Penulisan ini bertujuan untuk menganalisis motivasi konsumen dalam pembelian paket wisata Pulau Derawan yang ditawarkan oleh 99 Deal Tour and Travel di Tarakan. Wisata Pulau Derawan merupakan destinasi populer yang ada di Indonesia tepatnya berada di Kepulauan Derawan, Kalimantan Timur, yang menawarkan keindahan alam bawah laut yang memukau. Metode penelitian ini menggunakan pendekatan kuantitatif dengan penyebaran kuesioner dengan menggunakan *google form* dan mengumpulkan data dari 109 responden yang telah membeli paket wisata Pulau Derawan dari 99 Deal Tour and Travel. Hasil penelitian menunjukkan bahwa terdapat beberapa faktor motivasi utama yang mempengaruhi konsumen dalam pembelian paket wisata Pulau Derawan di 99 Deal Tour and Travel Tarakan. Faktor motivasi ini berdasarkan pada teori *Push and Pull faktor* meliputi pengetahuan, relaksasi, melarikan diri, kenikmatan, persahabatan dan rasa kagum kepada Pulau Derawan. Selain itu, faktor penarik yaitu harga, menghemat waktu, peraturan perjalanan, kualitas produk, komunikasi dan hiburan, rasa aman, pramuwisata dan hak perlindungan konsumen, dalam membeli paket wisata Pulau Derawan. Pada pengambilan keputusan konsumen. Rekomendasi dari keluarga, teman, atau ulasan online juga memiliki pengaruh signifikan dalam mempengaruhi keputusan pembelian konsumen. Temuan penelitian ini memberikan wawasan berharga bagi 99 Deal Tour and Travel Tarakan dalam memahami faktor-faktor dari dimensi *Push* dan *Pull* faktor yang dapat memotivasi konsumen dalam pembelian paket wisata Pulau Derawan. Dengan memahami motivasi konsumen, harapannya 99 Deal Tour and Travel Tarakan dapat meningkatkan strategi pemasaran, menyesuaikan produk wisata sesuai dengan kebutuhan konsumen dan meningkatkan kepuasan pelanggan.

**Kata kunci : Motivasi konsumen, Paket wisata, Pulau Derawan**

## **ABSTRACT**

*This paper aims to analyze consumer motivation in purchasing Derawan Island tour packages offered by 99 Deal Tour and Travel in Tarakan. Derawan Island is a popular destination located in the Derawan Islands, East Kalimantan, Indonesia, known for its breathtaking underwater beauty. In the tourism industry, understanding the factors that influence consumer motivation in purchasing tour packages is crucial to enhance customer satisfaction and optimize marketing strategies. This research utilized a quantitative approach by distributing questionnaires by google form and collecting data from 109 respondents who have purchased Derawan Island tour packages from 99 Deal Tour and Travel. The results of the study indicate several main motivational factors that influence consumers in purchasing Derawan Island tour packages from 99 Deal Tour and Travel in Tarakan. These motivational factors, based on the Push and Pull theory, include knowledge, relaxation, escapism, enjoyment, friendship, and admiration for Derawan Island. Furthermore, attractive factors such as price, time-saving, travel regulations, product quality, communication and entertainment, safety, tour guides, and consumer protection rights play a significant role in consumer decision-making when purchasing Derawan Island tour packages. Recommendations from family, friends, or online reviews also have a significant influence on consumer purchase decisions. The findings of this research provide valuable insights for 99 Deal Tour and Travel in Tarakan to understand the factors from push and pull factor that can motivate consumers in purchasing Derawan Island tour packages. By understanding consumer motivation, it is hoped that 99 Deal Tour and Travel in Tarakan can enhance their marketing strategies, tailor their tour products to meet consumer needs, and improve customer satisfaction.*

**Keywords: Consumer motivation, Tour packages, Derawan Island**

## **KATA PENGANTAR**

Saya merasa bersyukur kepada Tuhan Yang Maha Esa, atas limpahan rahmat dan karunia, atas bantuan kepada saya sehingga saya berhasil menyelesaikan penulisan hasil Proyek atau Tugas Akhir ini.

Penulisan Proyek Akhir ini berhasil saya selesaikan tidak lepas dari dukungan dan bantuan berbagai pihak. Oleh karena itulah, saya berterima kasih kepada:

1. Bapak Andar Danova L. Goeltom, S.Sos., M.Sc. sebagai Direktur Politeknik Pariwisata NHI Bandung
2. Ibu Ni Gusti Made Kerti Utami, BA., MM.Par., CHE selaku Kepala Bagian Administrasi Akademik, Kemahasiswaan dan Kerjasama (ADAK) Politeknik Pariwisata NHI Bandung
3. Bapak Marsianus Raga, S.ST.PAR.,MM.PAR.,CEE selaku Ketua Jurusan Perjalanan.
4. Bapak Faisal Fahdian Puksi, S.Hum., M.Sc., M.Hum. selaku Ketua Program Studi Usaha Perjalanan Wisata
5. Ibu Endang Komesty Sinaga, SS., MM.Par., CHE sebagai Dosen Pembimbing Utama.
6. Bapak Misran, Lc., MA., M.Sc. selaku Dosen Pendamping
7. Bapak Hendra Owner 99 Deal Tour and Travel Tarakan
8. Bapak Martua Felix Pakpahan, M.Si. dan Ibu Rahmawati selaku orang tua saya, kedua adik saya tercinta Bimo Arthur Pakpahan dan Ronaldo Pargomgom Pakpahan.



9. Kaka Mikhael Juan Nudu yang selalu memberikan dukungan kepada penulis dalam menyelesaikan penelitian akhir
10. Sahabat yang selalu memberikan dukungan dan selalu menyertai dengan doa untuk saya.
11. Semua yang terlibat serta memberikan kontribusi dalam menyusun penulisan ini patut diapresiasi.

Karena keterbatasan kami dalam menulis proyek atau tugas akhir ini jauh dari sempurna, Untuk itu kritik dan saran yang membangun dari berbagai pihak akan sangat bermanfaat untuk perbaikan selanjutnya dan bermanfaat bagi siapapun yang membutuhkannya .

Bandung, Januari 2024

Penulis

## DAFTAR ISI

<b>KATA PENGANTAR .....</b>	<b>i</b>
<b>DAFTAR ISI .....</b>	<b>iii</b>
<b>DAFTAR TABEL .....</b>	<b>v</b>
<b>DAFTAR GAMBAR .....</b>	<b>vi</b>
<b>DAFTAR LAMPIRAN.....</b>	<b>vii</b>
<b>BAB I PENDAHULUAN .....</b>	<b>1</b>
A. Latar Belakang Masalah.....	1
B. Rumusan Masalah.....	9
C. Manfaat penelitian .....	9
D. Tujuan Penelitian .....	10
E. Pembatasan Masalah .....	11
<b>BAB II TINJAUAN PUSTAKA .....</b>	<b>12</b>
A. Kajian Teori .....	12
1. Pariwisata .....	12
2. Biro Perjalanan Wisata .....	12
3. Agen Perjalanan ( <i>Travel Agent</i> ) .....	14
4. Paket Wisata.....	14
5. Motivasi Wisatawan .....	15
6. <i>Push factor and Pull Factor</i> .....	16
B. Kerangka Pemikiran.....	23
<b>BAB III METODE PENELITIAN.....</b>	<b>24</b>
A. Pendekatan Penelitian .....	24
B. Obyek Penelitian.....	24
C. Populasi dan Sampel .....	25
1. Populasi.....	25
2. Sampel.....	26
D. Metode Pengumpulan Data .....	28
1. Teknik Pengumpulan Data .....	28
2. Alat Pengumpul Data .....	29
E. Definisi Operasional Variabel.....	29
F. Analisis Data.....	31
1. Uji Validitas .....	32

2. Uji Reliabilitas .....	34
G. Jadwal Penelitian .....	35
<b>BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN .....</b>	<b>36</b>
A. Hasil Penelitian .....	36
1. Profil Responden.....	36
2. Data Temuan <i>Push Factor</i> .....	42
3. Data Temuan <i>Pull Factor</i> .....	53
B. Pembahasan .....	70
1. <i>Push Factor</i> .....	70
2. <i>Pull Factor</i> .....	77
<b>BAB V KESIMPULAN DAN REKOMENDASI.....</b>	<b>88</b>
A. Kesimpulan .....	88
B. Rekomendasi.....	90
ITINERARY.....	93
<b>DAFTAR PUSTAKA .....</b>	<b>97</b>
<b>LAMPIRAN .....</b>	<b>100</b>

## DAFTAR TABEL

TABEL 1	Jumlah Wisatawan Mancanegara Dan Domestik Di Kota Tarakan, 2018-2022 .....	2
TABEL 2	Produk Wisata 99 Deal Tour And Travel .....	7
TABEL 3	Skor Item .....	28
TABEL 4	Matriks Operasional Variabel.....	30
TABEL 5	Hasil Uji Validitas .....	33
TABEL 6	Hasil Uji Reliabilitas.....	34
TABEL 7	Jadwal Penelitian .....	35
TABEL 8	Skala Likert Untuk Data Temuan .....	42
TABEL 9	Tanggapan Responden Terhadap Dimensi <i>Knowledge</i> / Pengetahuan.....	43
TABEL 10	funtuk <i>Relaxation</i> /Relaksasi .....	44
TABEL 11	Tanggapan Responden Terhadap Dimensi <i>Escape</i> /Melarikan Diri.....	46
TABEL 12	Tanggapan Responden Terhadap Dimensi <i>Enjoyment</i> .....	48
TABEL 13	Tanggapan Responden Terhadap Dimensi <i>Friendship</i> .....	50
TABEL 14	Tanggapan Responden Terhadap Dimensi <i>Sense Of Wonder</i> /Rasa Kagum.....	52
TABEL 15	Tanggapan Responden Terhadap Dimensi <i>Price</i> /Harga.....	54
TABEL 16	Tanggapan Responden Terhadap Dimensi <i>Time-Saving</i> / Menghemat Waktu.....	57
TABEL 17	Tanggapan Responden Terhadap Dimensi <i>Organizing The Trip</i> / Pengaturan Perjalanan .....	59
TABEL 18	Responden Terhadap Dimensi Kualitas Produk .....	60
TABEL 19	Tanggapan Responden Terhadap Dimensi Komunikasi Dan Hiburan.....	62
TABEL 20	Tanggapan Responden Terhadap Dimensi Rasa Aman.....	63
TABEL 21	Tanggapan Responden Terhadap Dimensi <i>Tour Guide</i> /Pramuwisata.....	65
TABEL 22	Tanggapan Responden Terhadap Dimensi Hak Perlindungan Konsumen/Wisatawan .....	68
TABEL 23	Rekapitulasi Tanggapan Responden Terhadap <i>Push Factor</i> .....	71
TABEL 24	Rentang Penilaian <i>Push Factor</i> .....	73
TABEL 25	Rekapitulasi Tanggapan Responden Terhadap <i>Pull Factor</i> .....	78
TABEL 26	Rentang Penilaian <i>Pull Factor</i> .....	81

## DAFTAR GAMBAR

GAMBAR 1 Jumlah Wisatawan Pengguna Jasa 99 Deal Tour And Travel.....	4
GAMBAR 2 Kerangka Pemikiran.....	23
GAMBAR 3 Jenis Kelamin Responden .....	37
GAMBAR 4 Usia Responden.....	38
GAMBAR 5 Pekerjaan Responden .....	39
GAMBAR 6 Pendapatan Per Bulan Responden.....	40
GAMBAR 7 Domisili Responden.....	41

## DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran 1. KUESIONER .....	100
Lampiran 2. DOKUMENTASI .....	110
Lampiran 3. SURAT KETERANGAN PENELITIAN .....	111
Lampiran 4. PELAKSANAAN BIMBINGAN USULAN PENELITIAN .....	112
Lampiran 5. BUKTI IZIN MELAKSANAKAN PENELITIAN .....	113
Lampiran 6. HASIL UJI SIMILARITAS/TURNITIN .....	114

## DAFTAR PUSTAKA

- Allan, M., Dowling, R., & Sanders, D. (2015). The motivations for visiting geosites. The Case of Crystal Cave, The case of crystal cave, Western Australia. *Geojournal of Tourism and Geosite*, 141–152.
- BPS Kota Tarakan. (2023). Kota Tarakan Dalam Angka 2023 (BPS Kota Tarakan (ed.)). BPS Kota Tarakan.
- Claudia, H. (2018). Motivasi Wisatawan Mancanegara Dalam Kegiatan Trekking Di Bukit Lawang, Kabupaten Langkat Sumatera Utara. *Khasanah Ilmu - Jurnal Pariwisata Dan Budaya*, 9(2).  
<https://doi.org/10.31294/khi.v9i2.5225>
- Cooper, & dkk. (2005). *Tourism Principle and Practive Third Edition*. Prentice Hall.
- Creswell, J. (2014). *Research Design Qualitative, Quantitative, and Mixed Methods Approaches*. SAGE Publications.
- D. Tseles, & Theocharis, N. (2016). Holiday tour packages & tourist motivation. 3rd International Conference: “Higher Education in Function of Sustainable Development of Tourism in Serbia and Western Balkans,” Užice: Business and Technical College of Vocational Studies, Užice., 25–36.
- Ermawati, F., & Prihandono, D. (2018). The Influence of Destination Image, Push and Pull Travel Motivation towards Tourist Loyalty through Tourist Satisfaction. *Management Analysis Journal*, 7(4), 414–425.  
<https://journal.unnes.ac.id/sju/index.php/maj/article/view/23554>
- Hidayah, N. (2019). *Pemasaran Destinasi Pariwisata (Cetak 1)*. Alfabeta: Bandung,.

- J. L. Crompton. (1979). Motivations For Pleasure Vacation. *ANNALS OF TOURISM RESEARCH*, 408–424.
- Kotler, P., & Keller, K. L. (2012). *Manajemen Pemasaran* (12th ed.). Erlangga.
- Luh, N., Prawitha, C., Suyasa, S., & Widyastuti, N. K. (2020). Motivasi Mahasiswa Asing Memilih Bali Sebagai Destinasi Wisata Edukasi. *15*(1), 1–10.
- Marpaung. (2002). *Pengetahuan Kepariwisata*. Alfabeta.
- MA, Achmad Fajaruddin dan Syahni, Atiyah. (2016). Analisis Pengaruh Motivasi, Persepsi dan Sikap Konsumen terhadap Keputusan Pembelian. *Ponorogo: Islamic Economics Journal*, ISSN 2460-1896, Vol. 2, No. 1.
- Mohammad, B. A.-H., & Som, A. P. (2010). An Analysis of Push and Pull Travel Motivations of Foreign Tourists to Jordan. *International Journal of Business and Management*, 41–50.
- Monaghan, K. (2006). *Home-Based Travel Agent. The Intrepid Traveler*.
- Naashir, M., Istiatin, & Hartono, S. (2016). Pengaruh Motivasi, Persepsi Dan Sikap Konsumen Terhadap Keputusan Pembelia Sepeda Motor Pada Dealer Honda Astra Motor Palur. *Studi Manajemen & Organisasi*.
- Nuriata. (2014). *Paket Wisata*. Alfabeta.
- Salsabila, N., & Alversia, Y. (2020). Mengkaji Push-Pull Motivasi dan Travel Intention Calon Traveler di Indonesia Menggunakan Theory of Planned Behaviour. Dalam *Prosiding Konferensi Internasional Pusat Pengembangan Pariwisata* (hlm. 38–48). Sains.
- Sigit, Naashir, dkk. (2016). *Motivasi Pembelian*.
- Silalahi, U. (2015). *Metode Penelitian Sosial Kuantitatif*. PT Refika Aditama.
- Siregar, S. (2017). *METODE PENELITIAN KUANTITATIF: Dilengkapi dengan*



Perbandingan Perhitungan Manual & SPSS. KENCANA.

Sudaryanti, I. J., Sukriah, E., Prodi, A., & Resort, M. (2015). ANALISIS FAKTOR-FAKTOR YANG MEMPENGARUHI MOTIVASI WISATAWAN DALAM MELAKUKAN WISATA HERITAGE DI KAWASAN BRAGA KOTA BANDUNG. 4.

Sugiyono. (2013). Metodologi Penelitian Kuantitatif, Kualitatif Dan R&D. Alfabeta.

Sugiyono. (2017). Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D. Alfabeta.

Umar, H. (2005). Metode Penelitian Untuk Tesis Dan Bisnis. Grafindo Persada.

Utama, I. G. B. R., & Mahadewi, N. M. E. (2012). Metodologi Penelitian Pariwisata dan Perhotelan. ANDI.

Vuuren, C. V., & Slabbert, E. (2011). Travel Motivations And Behaviour Of Tourists To A South African Resort. In International Conference On Tourism & Management Studies. Redalyc.

Yoeti. (2008). Perencanaan dan pengembangan pariwisata. Pradnya Paramitha.

Yoeti, A. O. (2006). Perencanaan dan Pengembangan Pariwisata. Pradnya Paramitha.