

**ANALISIS PENGARUH BAURAN PEMASARAN
TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN
DI P.T. WISATA DEWA, JAKARTA**

SKRIPSI

OLEH :

MONICA MARGARETHA KUMALA

211000172



**PROGRAM STUDI STRATA-1 MANAJEMEN
JURUSAN MANAJEMEN**

**SEKOLAH TINGGI ILMU EKONOMI INDONESIA
JAKARTA
2015**

**ANALISIS PENGARUH BAURAN PEMASARAN
TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN
DI P.T. WISATA DEWA, JAKARTA**

SKRIPSI

OLEH :

MONICA MARGARETHA KUMALA

211000172



**SKRIPSI INI DIAJUKAN UNTUK MELENGKAPI SEBAGIAN
PERSYARATAN MENJADI SARJANA EKONOMI**

**PROGRAM STUDI STRATA-1 MANAJEMEN
JURUSAN MANAJEMEN**

**SEKOLAH TINGGI ILMU EKONOMI INDONESIA
JAKARTA
2015**

PERNYATAAN KEASLIAN SKRIPSI

Saya menyatakan dengan sesungguhnya bahwa skripsi dengan judul:

ANALISIS PENGARUH BAURAN PEMASARAN TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN DI P.T. WISATA DEWA, JAKARTA

Yang disusun untuk melengkapi sebagian persyaratan menjadi Sarjana Ekonomi (SE) pada Program Studi S-1 Manajemen, Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi Indonesia (STEI) Jakarta adalah karya sendiri, bukan merupakan tiruan, duplikasi ataupun plagiat dari skripsi yang sudah dipublikasikan dan atau pernah dipakai untuk mendapatkan gelar kesarjanaan di lingkungan Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi Indonesia (STEI) dan di Perguruan Tinggi lainnya, kecuali bagian yang sumber informasinya dicantumkan sebagaimana mestinya.

Jakarta, Agustus 2015



Monica Margaretha Kumala
NPK 211000172

PERSETUJUAN PEMBIMBING

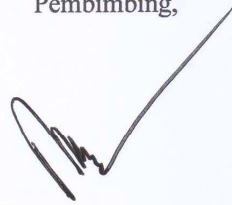
Skripsi dengan judul :

ANALISIS PENGARUH BAURAN PEMASARAN TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN DI P.T. WISATA DEWA, JAKARTA

Dibuat untuk melengkapi sebagian persyaratan menjadi Sarjana Ekonomi (SE) di Program Studi S-1 Manajemen, Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi Indonesia (STEI). Skripsi ini ditulis di bawah bimbingan Agustian Burdah, BSBA, MBA dan diketahui Kepala Program Studi S-1 Manajemen, Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi Indonesia (STEI).

Jakarta, Agustus 2015

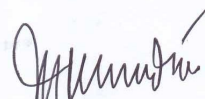
Menyetujui,
Pembimbing,



Agustian Burdah, BSBA, MBA

Mengetahui

Kepala Prodi S-1 Manajemen,



Drs. Budiono, M.Sc

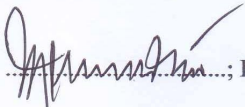
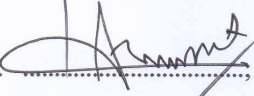
PANITIA PENGUJI SKRIPSI

Skripsi dengan judul :

ANALISIS PENGARUH BAURAN PEMASARAN TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN DI P.T. WISATA DEWA, JAKARTA

telah diuji dalam suatu sidang skripsi yang diselenggarakan oleh Jurusan Manajemen Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi Indonesia, pada tanggal 26 Agustus, 2015, dengan nilai A.

Panitia Ujian Skripsi

1. ; Drs. Budiono, M.Sc (Kepala Program Studi S-1 Manajemen)
2. ; Drs. Sumitro, M.Sc (Sekretaris Program Studi S-1 Manajemen)
3. ; Agustian Burdah, BSBA, MBA (Pembimbing)
4. ; Drs. Sudarmadji, MSc (Anggota Penguji I)
5. ; Drs. Iskandar Z. Alwi, MM (Anggota Penguji II)

KATA PENGANTAR

Puji dan syukur saya panjatkan kehadiran Tuhan Yang Maha Esa, yang telah melimpahkan berkat dan karuniaNya sehingga akhirnya saya dapat menyelesaikan tugas akhir saya yang berjudul “Analisis Pengaruh Bauran Pemasaran terhadap Keputusan Pembelian di P.T. Wisata Dewa, Jakarta”.

Adapun tujuan dari pembuatan tugas akhir ini adalah untuk memenuhi syarat kelulusan S1. Selain daripada itu, tugas akhir ini juga berguna untuk menambah wawasan pengetahuan mengenai sejauh mana pengaruh bauran pemasaran terhadap keputusan pembelian pada perusahaan, khususnya biro perjalanan wisata atau travel agent.

Skripsi ini dapat diselesaikan dengan bantuan, bimbingan dan dorongan dari berbagai pihak, sehingga segala macam kendala yang dihadapi dapat diatasi dengan baik. Pada kesempatan ini penulis sampaikan ungkapan terima kasih yang setulusnya kepada yang terhormat :

1. Kedua orang tua tercinta yang telah mendukung sepenuhnya dalam pendidikan saya, khususnya dorongan semangat dan doa dalam menyelesaikan skripsi ini hingga terwujudnya cita-citaku.
2. Bapak Drs. Ridwan Maronrong, MSc, selaku Ketua Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi Indonesia (STEI).
3. Bapak Drs. Budiono, MSc, selaku Kepala Program Studi S-1 Manajemen, Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi Indonesia (STEI), atas waktu dan kesabaran yang telah diberikan dalam membimbing pembuatan skripsi ini.
4. Bapak Drs. Sumitro, MSc, selaku Sekretaris Program Studi S-1 Manajemen, Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi Indonesia (STEI).
5. Bapak Agustian Burdah, BSBA, MBA selaku Pembimbing skripsi saya di Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi Indonesia (STEI), atas waktu, kesabaran, dan semangatnya dalam membimbing penulis untuk menyelesaikan skripsi ini.
6. Seluruh Dosen dan Staff di Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi Indonesia (STEI).

7. Bapak Edward Tjie selaku Tour Manager PT. Wisata Dewa (Wita Tour), Jakarta yang telah memberikan izin dan bimbingan bagi penulis untuk melakukan penelitian.
8. Keluarga besar yang selalu mendoakan penulis dalam mengerjakan skripsi.
9. Untuk teman-teman yang selalu memberikan semangat dan doa dalam pembuatan skripsi ini.
10. Dan semua orang yang tidak dapat penulis sebutkan satu persatu yang telah membantu dan memberi semangat penulis dalam penyusunan dan penulisan skripsi ini.

Dalam penyusunan tugas akhir ini, saya menyadari masih terdapat banyak kekurangan dikarenakan keterbatasan ilmu pengetahuan dan wawasan, serta pengalaman yang saya miliki. Untuk itu saya mohon maaf atas segala kekurangan tersebut, dan saya tidak menutup diri terhadap saran dan kritik serta masukan yang bersifat membangun.

Akhir kata, semoga tugas akhir ini dapat bermanfaat bagi diri saya sendiri, institusi pendidikan, dan masyarakat pada umumnya.

Jakarta, 14 Agustus
2015

Monica Margaretha Kumala
Penulis

Monica Margaretha Kumala

NPK 211000172

Program Studi S-1 Manajemen

Dosen Pembimbing :

Agustian Burdah, BSBA, MBA

**ANALISIS PENGARUH BAURAN PEMASARAN
TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN
DI P.T. WISATA DEWA, JAKARTA**

ABSTRAK

Kualitas produk dan pelayanan yang baik menjadi hal yang utama bagi PT Wisata Dewa (Wita Tour), Jakarta. Tingginya persaingan, kemajuan teknologi, keinginan konsumen yang selalu berubah, dan kondisi perekonomian Indonesia saat ini, mengharuskan PT Wisata Dewa (Wita Tour), Jakarta meningkatkan strategi bauran pemasarannya. Walaupun hingga saat ini animo masyarakat masih terbilang tinggi akan kebutuhan rekreasi wisata, namun dalam dua tahun terakhir, peneliti melihat terjadinya penurunan jumlah pelanggan yang melakukan pembelian produk wisata di PT Wisata Dewa (Wita Tour), Jakarta. Peneliti melakukan penelitian mengenai bauran pemasaran yang diterapkan di PT Wisata Dewa (Wita Tour), Jakarta dan pengaruhnya terhadap penurunan tersebut. Metode yang digunakan dalam penelitian ini adalah metode deksriptif kualitatif. Unit analisis yang digunakan dalam penelitian ini adalah orang (*human instrument*). Populasi dalam penelitian ini adalah pelanggan yang melakukan pembelian di Wita Tour, Jakarta pada bulan Mei & Juni 2014 sebanyak 1.226 orang. Metode sampling yang digunakan yakni *nonprobability sampling*. Metode pengumpulan data yang digunakan adalah observasi di lapangan dengan cara mengamati dan terlibat langsung, untuk mencatat hal-hal, perilaku, perkembangan sewaktu kejadian tersebut terjadi, wawancara langsung, dan pengumpulan dokumentasi penting yang erat hubungannya dengan obyek penelitian. Dari hasil penelitian, dapat disimpulkan bahwa produk, harga, distribusi, dan promosi secara simultan maupun secara parsial berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian produk wisata pada PT Wisata Dewa (Wita Tour), Jakarta. Selain itu variabel harga merupakan variabel berpengaruh paling dominan terhadap keputusan pembelian produk wisata pada PT Wisata Dewa (Wita Tour), Jakarta.

Kata Kunci : Bauran Pemasaran, Produk, Harga, Promosi, Distribusi, Keputusan Pembelian, Kualitas Produk, Kepuasan Pelanggan, Loyalitas Pelanggan, Perilaku Konsumen, Perjalanan Wisata, Travel Agent

DAFTAR ISI

	Halaman
SAMPUL DALAM	i
PERNYATAAN KEASLIAN SKRIPSI	ii
PERSETUJUAN PEMBIMBING	iii
PANITIA PENGUJI SKRIPSI	iv
KATA PENGANTAR	v
ABSTRAK SKRIPSI.....	vii
DAFTAR ISI	viii
DAFTAR LAMPIRAN.....	xii
BAB I PENDAHULUAN	1
1.1. Masalah Penelitian.....	1
1.1.1. Latar belakang masalah	1
1.1.2. Perumusan masalah pokok	5
1.1.3. Spesifikasi masalah pokok	6
1.2. Kerangka Teori.....	7
1.2.1. Identifikasi variabel-variabel penelitian	7
1.2.2. Uraian konseptual tentang variabel.....	7
1.2.3. Hipotesis Penelitian	8
1.3. Tujuan dan Manfaat Penelitian	8
BAB II KAJIAN PUSTAKA	10
2.1. Review Hasil-hasil Penelitian Terdahulu	10
2.2. Landasan Teori.....	15
2.2.1. Pengertian Pemasaran.....	15
2.2.2. Pengertian Bauran Pemasaran.....	15
2.2.3. Pengertian Produk	16

2.2.4. Pengertian Harga	17
2.2.5. Pengertian Distribusi	18
2.2.6. Pengertian Promosi	19
2.2.7. Pengertian Keputusan Pembelian	19
2.2.8. Pengertian Biro Perjalanan Wisata atau <i>Travel Agent</i>	22
2.3. Hubungan antar Variabel	23
2.4. Profil, Visi & Misi, Tujuan & Objective Perusahaan	25
2.4.1. Profil Perusahaan	25
2.4.2. Visi & Misi Perusahaan	26
2.4.3. Tujuan & Objective Perusahaan	27
2.5. Produk	28
2.5.1. Bentuk Perjalanan Wisata Berdasarkan Jumlah Peserta	30
2.5.2. Bentuk Perjalanan Wisata Berdasarkan Wilayah Kunjungannya	30
2.5.3. Bentuk Perjalanan Wisata Berdasarkan Kepengurusannya	31
2.5.4. Aktivitas Usaha Lain Biro Perjalanan Wisata	32
2.5.5. Pelayanan Pemesanan Tiket Pesawat	32
2.5.6. Pelayanan Pemesanan Hotel	33
2.5.7. Pelayanan Pemanduan dan Pengaturan Wisata	33
2.5.8. Pengurusan Dokumen Perjalanan	34
2.5.9. Pengurusan Asuransi Perjalanan	34
2.5.10. Pengurusan Pelayanan Transfer Antar Kota	35
2.5.11. Pengurusan Pelayanan Sewa Kendaraan Mobil & Bus	35
2.5.12. Pengurusan Penukaran Valuta Asing.....	35
2.6. Harga	36
2.7. Distribusi	37
2.8. Promosi	38

BAB III PROSEDUR PENELITIAN	40
3.1. Lokasi dan Waktu Penelitian	40
3.2. Strategi dan Metode Penelitian	40
3.2.1. Strategi Penelitian	40
3.2.2. Metode Penelitian	40
3.3. Populasi dan Sampel Penelitian	41
3.3.1. Populasi	41
3.3.2. Sampel	42
3.4. Unit-Unit Analisis Penelitian	42
3.5. Metode Pengumpulan Data	42
3.6. Instrumen Pengumpulan Data	47
3.7. Pengolahan Data	47
3.8. Metode Penyajian Data	47
 BAB IV HASIL DAN PEMBAHASAN	 48
4.1. Gambaran Tempat Penelitian.....	48
4.1.1. Sejarah Berdirinya Perusahaan sampai dengan sekarang ..	48
4.1.2. Struktur Organisasi Perusahaan	48
4.2. Harga dan Pengaruhnya dengan Keputusan Pembelian Pelanggan Di Wita Tour, Jakarta	49
4.3. Produk dan Pengaruhnya dengan Keputusan Pembelian Pelanggan di Wita Tour, Jakarta	51
4.4. Promosi dan Pengaruhnya dengan Keputusan Pembelian Pelanggan di Wita Tour, Jakarta	52
4.5. Distribusi dan Pengaruhnya dengan Keputusan Pembelian Pelanggan di Wita Tour, Jakarta	54
 4.6. Pengaruh Secara Bersama-sama antara Harga, Produk, Promosi Dan Distribusi terhadap Keputusan Pembelian Pelanggan di Wita Tour, Jakarta	55

BAB V KESIMPULAN DAN SARAN	57
5.1. Kesimpulan	57
5.2. Saran	57

DAFTAR PUSTAKA

LAMPIRAN

DAFTAR RIWAYAT HIDUP

DAFTAR LAMPIRAN

- Lampiran 1.** Grafik Penjualan Wita Standard dan Leisure Holiday di Wita Tour, tahun 2012 – 2014
- Lampiran 2.** Kuisioner
- Lampiran 3.** Hasil Pengolahan Data
- Lampiran 4.** Struktur Organisasi Wita Tour
- Lampiran 5.** Flow Chart “Product”
- Lampiran 6.** Flow Chart “Price”
- Lampiran 7.** Flow Chart “Promotion”
- Lampiran 8.** Flow Chart “Outbound Tour”
- Lampiran 9.** Flow Chart “Beli Tour Perjalanan Wisata Reguler, Outbound Tour”
- Lampiran 10.** Kantor Pusat, Cabang & Perwakilan Wita Tour