

**ANALISIS FAKTOR-FAKTOR YANG MEMPENGARUHI
PENGAMBILAN KEPUTUSAN KONSUMEN UNTUK
MENGUNAKAN KEMBALI BIRO PERJALANAN WISATA
PT. ORIENT EXPRESS TOUR & TRAVEL SURABAYA**

**DIAJUKAN UNTUK MEMENUHI SEBAGIAN PERSYARATAN
DALAM MEMPEROLEH GELAR SARJANA EKONOMI
JURUSAN MANAJEMEN**



**DIAJUKAN OLEH
DEBIANTY
No. Pokok : 049922918 - E**

**KEPADA
FAKULTAS EKONOMI UNIVERSITAS AIRLANGGA
SURABAYA
2002**

SKRIPSI

**ANALISIS FAKTOR-FAKTOR YANG MEMPENGARUHI
PENGAMBILAN KEPUTUSAN KONSUMEN UNTUK
MENGUNAKAN KEMBALI BIRO PERJALANAN WISATA
PT. ORIENT EXPRESS TOUR & TRAVEL SURABAYA**

DIAJUKAN OLEH :

DEBIANTY

No. Pokok : 049922918 – E

TELAH DISETUJUI DAN DITERIMA DENGAN BAIK OLEH

DOSEN PEMBIMBING,



Prof. Dr. H. EFFENDIE, S.E.



TANGGAL ^{20/2'03}

KETUA PROGRAM STUDI,



Dr. H. AMIRUDDIN UMAR, S.E.

TANGGAL ^{5/3'03}

Surabaya, 23 Desember 2002

Skripsi telah selesai dan siap untuk diuji



ABSTRAK

Pemahaman terhadap perilaku konsumen tentang faktor-faktor yang memberikan pengaruh terhadap proses pengambilan keputusan konsumen adalah sangat perlu dilakukan.

PT. Orient Express Tour & Travel Surabaya perlu mengetahui faktor-faktor apa saja yang mempengaruhi pengambilan keputusan konsumen untuk menggunakan kembali biro perjalanan wisata guna mendapatkan strategi perusahaan yang sesuai dengan kebutuhan dan keinginan konsumen.

Faktor-faktor yang mempengaruhi pengambilan keputusan konsumen yang dimaksud adalah faktor pendapatan, rekreasi, kesehatan, pendidikan dan kebudayaan, keluarga, referensi, produk jasa, harga, lokasi, dan promosi.

Untuk itu kepada 100 responden yang masih dan pernah menggunakan jasa biro perjalanan wisata PT. Orient Express Tour & Travel Surabaya diberikan daftar pertanyaan (kuesioner) sehubungan dengan faktor-faktor apa saja yang mempengaruhi responden untuk menggunakan kembali biro perjalanan wisata PT. Orient Express Tour & Travel Surabaya. Pengukuran variabel penelitian menggunakan skala ordinal 1-5 yang telah dikuantifikasikan.

Jawaban yang terkumpul kemudian dianalisis menggunakan teknik regresi linier berganda. Dari hasil perhitungan diperoleh model persamaan regresi linier berganda sebagai berikut:

$$Y = 1,210 + 0,172 X_1 + 0,109 X_2 + 0,110 X_3 + 0,163 X_4 + 0,111 X_5 + 0,210 X_6 + 0,105 X_7 + 0,141 X_8 + 0,171 X_9 + 0,136 X_{10}$$

Hasil analisis regresi menunjukkan bahwa pengaruh variabel bebas faktor pendapatan yang mempengaruhi pengambilan keputusan konsumen sebesar 17,2%, rekreasi sebesar 10,9%, kesehatan sebesar 11%, pendidikan dan kebudayaan sebesar 16,3%, keluarga sebesar 11,1%, referensi sebesar 21%, produk jasa sebesar 10,5%, harga sebesar 14,1%, lokasi sebesar 17,1%, dan faktor promosi yang mempengaruhi pengambilan keputusan konsumen sebesar 13,6%.

Sedangkan faktor-faktor yang mempengaruhi pengambilan keputusan konsumen secara bersama-sama (faktor pendapatan, rekreasi, kesehatan, pendidikan dan kebudayaan, keluarga, referensi, produk jasa, harga, lokasi, dan promosi) terhadap variabel tergantung pengambilan keputusan konsumen sebesar 83,5% dan sisanya 16,5% dipengaruhi oleh faktor-faktor lain yang tidak diteliti.

Dari hasil penelitian diketahui bahwa sebagian besar responden menilai faktor rekreasi, keluarga, dan faktor harga adalah biasa-biasa saja atau kurang menjadi pertimbangan atau kurang baik. Untuk itu perusahaan disarankan membuat paket wisata yang dikhususkan untuk tujuan rekreasi yang melibatkan anggota keluarga dari konsumen itu sendiri, dengan memberikan potongan harga.

Kata kunci: Pengambilan keputusan konsumen untuk menggunakan kembali Biro Perjalanan Wisata dipengaruhi oleh faktor referensi, lokasi, keluarga, kesehatan, pendidikan dan kebudayaan, promosi, pendapatan, rekreasi, dan faktor harga.