

SKRIPSI
PENGARUH BAURAN PEMASARAN DAN KUALITAS PELAYANAN
TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN PRODUK WISATA DI WUKI
TRAVEL JOGJA



OLEH
HERMADISTHA DHEANOVA
419100678

PROGRAM STUDI USAHA PERJALANAN WISATA
SEKOLAH TINGGI PARIWISATA AMPTA
YOGYAKARTA
2023

SKRIPSI
PENGARUH BAURAN PEMASARAN DAN KUALITAS PELAYANAN
TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN PRODUK WISATA DI WUKI
TRAVEL JOGJA



Untuk Memenuhi Syarat Guna Memperoleh Gelar Sarjana Terapan
Pariwisata Di Sekolah Tinggi Pariwisata AMPTA Yogyakarta

OLEH
HERMADISTHA DHEANOVA
419100678

PROGRAM STUDI USAHA PERJALANAN WISATA
SEKOLAH TINGGI PARIWISATA AMPTA
YOGYAKARTA

2023

HALAMAN PENGESAHAN

SKRIPSI

**PENGARUH BAURAN PEMASARAN DAN KUALITAS PELAYANAN
TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN PRODUK WISATA DI WUKI**

TRAVEL JOGJA



OLEH

HERMADISTHA DHEANOVA

419100678

Telah disetujui oleh :

Pembimbing I

**Hari Rachmadi, S.E., M.M
NIDN 0505076501**

Pembimbing II

**Hermawan Prasetyanto, S.Sos., S.ST., M.M
NIDN 0516057102**

**Mengetahui
Ketua Program Studi**

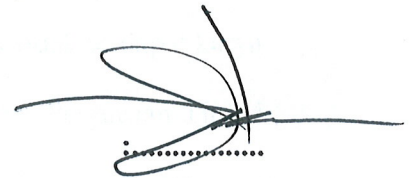
**Yudi Setiaji, S.H, M.M
NIDN 0508066401**

BERITA ACARA UJIAN
PENGARUH BAURAN PEMASARAN DAN KUALITAS PELAYANAN
TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN PRODUK WISATA DI WUKI
TRAVEL JOGJA
SKRIPSI

Oleh:
HERMADISTHA DHEANOVA
NIM: 419100678
Telah di Pertahankan di Depan Tim Penguji
Dan Dinyatakan LULUS
Pada Tanggal 14 Juni 2023

TIM PENGUJI

Penguji Utama : Drs.Budi Hermawan, M.M
NIDN. 0523026601



.....

Penguji I : Hari Rachmadi, S.E,M.M
NIDN. 0505076501



.....

Penguji II : Hermawan Prasetyanto, S.Sos,S.ST.M.M
NIDN. 0516057102



.....

Mengetahui
Ketua Sekolah Tinggi Pariwisata AMPTA Yogyakarta


Drs. Prihatno, M.M
NIDN. 0526125901

PERNYATAAN KEASLIAN SKRIPSI

Yang bertanda tangan dibawah ini:

Nama : Hermadistha Dheanova

NIM : 419100678

Program Studi : Usaha Perjalanan Wisata

Judul Skripsi :PENGARUH BAURAN PEMASARAN DAN
KUALITAS PELAYANAN TERHADAP KEPUTUSAN
PEMBELIAN PRODUK WISATA DI WUKI *TRAVEL*
JOGJA

Dengan ini saya menyatakan bahwa dalam skripsi ini tidak terdapat karya yang penuh diajukan untuk memperoleh gelar sarjana di suatu Perguruan Tinggi dan sepanjang pengetahuan saya juga tidak terdapat karya atau pendapat yang pernah ditulis atau diterbitkan oleh orang lain, kecuali yang tertulis diacu dalam naskah ini dan disebutkan dalam daftar pustaka.

Yogyakarta, Juni 2023



Hermadistha Dheanova

MOTTO

“Don’t make a permanent decision for your temporary emotion”

- Bishop T.D. Jakes

“Tidak ada sesuatu yang mustahil untuk dicapai, tidak ada sesuatu yang mustahil untuk diselesaikan” Q.s At-Thalaq:3

"Tenang, kamu tidak hancur, kamu sedang dibentuk. Bersabarlah, Allah sedang merencanakan rezekimu dan kebahagiaanmu."

“Orang lain gak akan bisa paham *struggle* dan masa sulitnya kita, yang mereka ingin tahu hanya bagian *success stories*. Berjuanglah untuk diri sendiri walaupun gak ada yang tepuk tangan. Kelak diri kita di masa depan yang akan sangat bangga dengan apa yang kita perjuangkan hari ini. Prosesnya mungkin ga mudah tapi endingnya bikin ga berhenti ngucap alhamdulillah. Jadi tetap berjuang ya”

HALAMAN PERSEMBAHAN

Dengan mengucapkan rasa syukur kepada Allah SWT, skripsi ini saya persembahkan untuk:

1. Orang tua saya bapak Heru Harmadi Sudibyو, sebagai wujud terima kasih atas pengorbanan serta doanya yang tidak pernah putus untuk mendoakan saya setiap harinya.
2. Keluarga besar yang selalu mendukung dan memotivasi saya dalam mengerjakan hingga menyelesaikan skripsi ini.
3. Teman-teman kelas Usaha Perjalanan Wisata B tahun 2019 yang selalu membantu saya semasa perkuliahan.
4. Para pembimbing yang selalu membantu dan memberikan motivasi dalam menyelesaikan skripsi ini.
5. Serta pengelola Wuki *Travel* Jogja.

KATA PENGANTAR

Dengan memanjatkan puji syukur kehadirat Allah SWT yang telah melimpahkan rahmat, taufik serta hidayah-Nya sehingga penulis dapat menyelesaikan skripsi ini dengan judul “Pengaruh Bauran Pemasaran dan Kualitas Pelayanan Terhadap Keputusan Pembelian Produk Wisata di Wuki *Travel* Jogja”, sebagai salah satu syarat untuk menyelesaikan program Diploma 4 (D4) jurusan Usaha Perjalanan Wisata di STP AMPTA Yogyakarta.

Penulis menyadari bahwa skripsi ini tidak mungkin terselesaikan tanpa adanya dukungan, bantuan, bimbingan dan nasihat dari beberapa pihak selama penyusunan skripsi ini. Pada kesempatan ini penulis menyampaikan terima kasih setulus-tulusnya kepada:

1. Bapak Hari Rachmadi, S.E, M.M selaku dosen pembimbing I yang telah memberikan bimbingan, arahan serta motivasi dalam penyelesaian skripsi.
2. Bapak Hermawan Prasetyanto, S.Sos, S.ST, M.M selaku dosen pembimbing II yang telah mendampingi dan memberikan arahan selama penulisan skripsi.
3. Bapak Budi Hermawan, M.M selaku dosen penguji utama yang telah memberikan kesempatan untuk menyampaikan hasil penelitian saya serta masukan mengenai penelitian saya.
4. Bapak Yudi Setiaji, S.H, M.M selaku Ketua Program Studi Usaha Perjalanan Wisata Sekolah Tinggi Pariwisata AMPTA Yogyakarta.
5. Pemilik Wuki *Travel* Jogja Bapak Eki Widiyan yang telah memberikan ijin melakukan penelitian dan membantu memberikan informasi terkait.

6. Seluruh responden penelitian yang telah meluangkan waktu untuk mengisi kuesioner penelitian.

Penulis menyadari bahwa skripsi ini masih banyak kekurangan dan kesalahan, karena itu segala kritik dan saran yang membangun guna menyempurnakan penulisan skripsi ini serta bermanfaat bagi penulis dan para pembaca.

Yogyakarta, 28 Mei 2023

Penulis,

Hermadistha Dheanova

DAFTAR ISI

HALAMAN JUDUL	i
LEMBAR PENGESAHAN	ii
BERITA ACARA UJIAN.....	iii
PERNYATAAN KEASLIAN SKRIPSI.....	iv
MOTTO	v
HALAMAN PERSEMBAHAN.....	vi
KATA PENGANTAR.....	vii
DAFTAR ISI.....	ix
DAFTAR TABEL.....	xi
DAFTAR GAMBAR.....	xii
DAFTAR LAMPIRAN.....	xiii
ABSTRAK	xiv
BAB I PENDAHULUAN	
A. Latar Belakang.....	1
B. Rumusan Masalah.....	4
C. Batasan Masalah	4
D. Tujuan Penelitian	5
E. Manfaat Penelitian.....	5
BAB II TINJAUAN PUSTAKA	
A. Teorisasi.....	7
1. Bauran Pemasaran.....	7
2. Kualitas Pelayanan.....	9
3. Keputusan Pembelian.....	11
B. Penelitian Terdahulu	14
C. Kerangka Pemikiran.....	16
D. Hipotesis Penelitian	17

BAB III METODE PENELITIAN

A. Subjek dan Objek Penelitian.....	19
B. Lokasi dan Waktu Penelitian	19
C. Populasi dan Sampel	20
D. Variabel Penelitian.....	22
E. Metode Pengumpulan Data	24
F. Metode Analisis Data	28

BAB IV ANALISIS DAN PEMBAHASAN

A. Gambaran Umum.....	31
1. Sejarah Wuki Travel Jogja.....	31
2. Lokasi Wuki Travel Jogja.....	35
3. Struktur Organisasi, Visi dan Misi Wuki Travel Jogja.....	36
4. Produk Wuki Travel Jogja	37
5. Program Perjalanan Wuki Travel Jogja	38
6. Harga Produk Wuki Travel Jogja	41
7. Syarat dan Ketentuan Program Wuki Travel Jogja.....	43
B. Karakteristik Data Penelitian	45
C. Hasil Uji Instrumen.....	48
D. Hasil Analisis Deskriptif.....	54
E. Hasil Penelitian	60
F. Pembahasan	67

BAB V KESIMPULAN DAN SARAN

A. Kesimpulan	72
B. Saran	73

DAFTAR PUSTAKA

LAMPIRAN

DAFTAR TABEL

Tabel 3.1 Definisi Operasional	24
Tabel 3.2 Skala Likert	26
Tabel 4.1 Harga Open Trip One Day Service	41
Tabel 4.2 Harga Open Trip Two Day Service	41
Tabel 4.3 Harga Open Trip Three Day Service	42
Tabel 4.4 Harga Open Trip Four Day Service	42
Tabel 4.5 Harga Open Trip International	42
Tabel 4.6 Harga Luxury Phinisi Package.....	42
Tabel 4.7 Harga Private Trip.....	43
Tabel 4.8 Karakteristik Berdasarkan Jenis Kelamin Responden	46
Tabel 4.9 Karakteristik Berdasarkan Domisili Responden	47
Tabel 4.10 Karakteristik Berdasarkan Pendapatan Tiap Bulan	48
Tabel 4.11 Hasil Uji Validitas Variabel X1	50
Tabel 4.12 Hasil Uji Validitas Variabel X2	51
Tabel 4.13 Hasil Uji Validitas Variabel Y	52
Tabel 4.14 Hasil Uji Reabilitas	56
Tabel 4.15 Hasil Uji Reabilitas Variabel X1	56
Tabel 4.16 Hasil Uji Reabilitas Variabel X2	56
Tabel 4.17 Hasil Uji Reabilitas Variabel Y	54
Tabel 4.18 Tanggapan Responden Indikator X1.....	55
Tabel 4.19 Tanggapan Responden Indikator X2.....	57
Tabel 4.20 Tanggapan Responden Indikator Y.....	58
Tabel 4.21 Hasil Analisis Uji Regresi Linear Berganda	60
Tabel 4.22 Hasil Analisis Uji t.....	62
Tabel 4.23 Hasil Analisis Uji F.....	65
Tabel 4.24 Hasil Analisis Uji Determinasi	66

DAFTAR GAMBAR

Gambar 2.1 Kerangka Pemikiran Penelitian	17
Gambar 4.1 Logo Wuki Traveller	33
Gambar 4.2 Logo Wuki Travel Jogja.....	34
Gambar 4.3 Lokasi Wuki Travel Jogja	35
Gambar 4.4 Struktur Organisasi Perusahaan	36

DAFTAR LAMPIRAN

- Lampiran 1 Surat Izin Penelitian
- Lampiran 2 Kuisisioner Penelitian
- Lampiran 3 Rekapitulasi Kuesioner
- Lampiran 4 Hasil Uji Validitas
- Lampiran 5 Uji Reabilitas
- Lampiran 6 Hasil Regresi Linear Berganda
- Lampiran 7 Wuki Travel Jogja
- Lampiran 8 Lembar Bimbingan

ABSTRAK

Wuki *Travel* Jogja merupakan perusahaan biro perjalanan wisata yang menawarkan produk wisata dengan konsep sahabat *trip* dalam setiap perjalanannya dengan melakukan kegiatan *travelling* yang dapat menjalin pertemanan antara pemandu dengan sesama teman perjalanan wisata.

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui pengaruh dari bauran pemasaran secara parsial berpengaruh dan signifikan terhadap keputusan pembelian produk wisata di Wuki *Travel* Jogja dan apakah kualitas pelayanan secara parsial berpengaruh dan signifikan terhadap keputusan pembelian produk wisata di Wuki *Travel* Jogja serta apakah bauran pemasaran dan kualitas pelayanan secara bersama-sama (simultan) berpengaruh dan signifikan terhadap keputusan pembelian produk wisata di Wuki *Travel* Jogja. Penelitian ini menggunakan metode kuantitatif dengan alat pengumpulan data kuesioner. Populasi dalam penelitian ini adalah para konsumen yang sudah melakukan pembelian di Wuki *Travel* Jogja, sedangkan sampel yang diambil sejumlah 100 responden. Teknik pengujian instrumen menggunakan Uji Validitas dan Uji Reabilitas. Teknik analisis data pada penelitian ini menggunakan Uji Regresi Linear Berganda.

Hasil penelitian menunjukkan bahwa hasil uji F yaitu bauran pemasaran dan kualitas pelayanan secara bersama-sama (simultan) berpengaruh dan signifikan terhadap keputusan pembelian produk wisata karena nilai F hitung $>$ F tabel ($174,349 > 3,090$). Variabel bauran pemasaran secara parsial berpengaruh dan signifikan terhadap keputusan pembelian produk wisata karena nilai t hitung $>$ t tabel ($9,253 > 1,98447$) dengan nilai probabilitas $0,000 < 0,05$ sedangkan variabel kualitas pelayanan secara parsial tidak berpengaruh dan tidak signifikan terhadap keputusan pembelian produk wisata karena nilai t hitung $<$ t tabel ($0,148 < 1,98447$) dengan nilai probabilitas $0,882 > 0,05$.

Kata kunci: bauran pemasaran, kualitas pelayanan, keputusan pembelian produk wisata

ABSTRACT

Wuki Travel Jogja is a travel agency that offers travel products with trip's friend concept in each trip by traveling activities that can be friend between the tour guide and the travel buddy during the trip.

The study is aimed at knowing the impact of the marketing mix has a partial and significant effect on the decision to purchase tourism products at Wuki Travel Jogja and service quality has a partial and significant effect on the decision to purchase tourism products at Wuki Travel Jogja and also the marketing mix and quality of service has a simultaneous effect and significantly on the decision to purchase tourism products at Wuki Travel Jogja. This study used a quantitative method with a questionnaire data collection tool. The population in this study were consumers who had made purchases at Wuki Travel Jogja, while the samples taken were 100 respondents. The instrument testing technique uses the Validity Test and Reliability Test. The data analysis technique in this study uses the Linear Regression Test.

Research shows that the f test of marketing mix and quality of service together (simultaneous) has a simultaneous effect and significant on the decision to purchase a tourist product because of an f count > f table (174.349 > 3,090) and marketing mix variables has a partial effect and significant on the decision to purchase tourism products because a value of t count > t tables (9.253 > 1.98447) with a probability value of 0,000 < 0.05, and also quality service variables don't have a impact and insignificant impact on the decision to purchase tourism product because a value of t count < t tables (0.014 < 1.98447) with a probability value 0.882 > 0.05.

Keywords: marketing mix, quality of service, purchasing decisions of tourist products

BAB I

PENDAHULUAN

A. Latar Belakang

Pariwisata merupakan industri jasa yang saat ini sudah pesat perkembangannya, bahkan pariwisata di Indonesia sudah menjadi sektor yang potensial untuk dikembangkan menjadi salah satu sumber pendapatan terbesar bagi Negara. Unsur-unsur pariwisata yang terdapat pada daerah wisata dapat memperbesar angka pendapatan asli bagi daerah setempat, sehingga dapat mengoptimalkan keikutsertaan masyarakat untuk turut membangun sektor pariwisata.

Penggunaan istilah industri pariwisata merupakan suatu ide untuk memberikan satu kesatuan tentang pariwisata serta untuk menggambarkan apa sebenarnya pariwisata itu sehingga dapat memberikan pengertian yang lebih jelas mengenai pariwisata. Pelaku industri pariwisata berlomba-lomba untuk menyediakan dan memberikan pelayanan terbaik bagi para konsumen jasa wisata. Menurut (Lubis, 2017) berlibur saat ini juga menjadi suatu kebutuhan penting bagi konsumen karena padatnya aktivitas sehari-hari, stres kerja, masalah rumah tangga dan sebagainya, menjadikan pergi berlibur menjadi suatu kebutuhan penting dan gaya hidup konsumen yang membuat banyak berdiri perusahaan terkait pariwisata saat ini.

Perusahaan-perusahaan yang terkait dengan kegiatan pariwisata kini semakin berkembang jumlahnya, menghasilkan produk yang sama

sehingga menumbuhkan persaingan sangat ketat dalam memasarkan produk jasa yang dihasilkan. Meskipun saling bersaing, perusahaan-perusahaan ini juga saling terkait satu sama lain dalam memenuhi kebutuhan wisatawan. Menurut (Anggriawan, Suardana, & Sendra, 2016) Biro Perjalanan Wisata (BPW) merupakan salah satu sarana pokok yang dapat dimanfaatkan oleh wisatawan sebagai konsumen dalam memudahkan melakukan perjalanan wisata. Biro perjalanan pariwisata memberikan pelayanan lengkap terhadap seseorang ataupun kelompok yang ingin melakukan perjalanan baik di dalam negeri atau luar negeri.

Perusahaan tidak akan dikenal, berkembang serta mampu menghasilkan keuntungan apabila perusahaan tidak mampu memenuhi kebutuhan dan keinginan konsumen. Perusahaan tentu menginginkan produknya mengalami penjualan yang meningkat dan dapat mengungguli para pesaingnya, jika berbicara mengenai hal ini tidak terlepas dari strategi pemasaran yang dilakukan oleh perusahaan dalam upaya menarik konsumen. Menurut Kotler & Armstrong (2016:51) bauran pemasaran adalah seperangkat alat pemasaran taktis yang dipadukan perusahaan untuk menghasilkan respon yang diinginkannya di pasar sasaran.

Selain bauran pemasaran perusahaan yang bergerak dibidang jasa juga memerlukan kualitas pelayanan yang merupakan hal penting dalam memberikan apa yang diinginkan konsumen. Menurut Tjiptono (2014:268) kualitas pelayanan merupakan upaya pemenuhan kebutuhan dan keinginan konsumen serta ketepatan penyampaiannya dalam mengimbangi harapan

konsumen. Pelayanan yang berkualitas berperan penting dalam membentuk kepuasan konsumen, semakin berkualitas pelayanan yang diberikan oleh perusahaan maka kepuasan yang dirasakan oleh pelanggan akan semakin tinggi.

Salah satu perusahaan yang bergerak terkait kegiatan pariwisata adalah *Wuki Travel* Jogja. *Wuki Travel* Jogja bergerak di bidang perjalanan wisata yang berfokus pada *private trip*, *open trip*, *honeymoon trip*, dan *tamasa trip*. *Wuki Travel* Jogja merupakan *trip organizer* yang menawarkan konsep *sahabat trip* dalam setiap perjalanannya. Dalam melakukan kegiatan *travelling* tidak hanya sekedar melakukan perjalanan wisata tetapi dapat menjalin pertemanan baik antara pemandu dengan peserta atau sesama teman perjalanan wisata.

Wuki Travel Jogja melakukan beberapa kegiatan pemasaran yang bertujuan agar produk jasa yang ditawarkan dapat dikenal konsumen secara luas hingga tercipta keputusan pembelian. *Wuki Travel* Jogja memberikan pelayanan yang baik dan nyaman dengan di dukung oleh para pekerja yang ramah, komunikatif dan mampu memenuhi berbagai keinginan konsumen. Dengan kualitas layanan inilah yang akan membuat konsumen merasa yakin saat akan melakukan suatu keputusan pembelian produk wisata di *Wuki Travel* Jogja.

Berdasarkan latar belakang yang sudah dijelaskan, peneliti merasa tertarik untuk melakukan sebuah penelitian dengan judul: “**Pengaruh**

Bauran Pemasaran dan Kualitas Pelayanan Terhadap Keputusan Pembelian di Wuki *Travel* Jogja”.

B. Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang yang telah diuraikan di atas, maka peneliti mengidentifikasi masalah sebagai berikut:

1. Apakah variabel bauran pemasaran secara parsial berpengaruh dan signifikan terhadap keputusan pembelian produk wisata di Wuki *Travel* Jogja?
2. Apakah variabel kualitas pelayanan secara parsial berpengaruh dan signifikan terhadap keputusan pembelian produk wisata di Wuki *Travel* Jogja?
3. Apakah bauran pemasaran dan kualitas pelayanan secara bersama-sama (simultan) berpengaruh dan signifikan terhadap keputusan pembelian produk wisata di Wuki *Travel* Jogja?

C. Batasan Masalah

Dalam penelitian ini peneliti membatasi masalah agar tidak terlalu keluar dari pokok permasalahannya, maka penulis membuat batasan-batasan dalam penelitian ini. Dalam penelitian ini, peneliti hanya difokuskan untuk mencari pengaruh dari variabel Bauran Pemasaran dan Kualitas Pelayanan terhadap Keputusan Pembelian Produk Wisata di Wuki *Travel* Jogja.

D. Tujuan Penelitian

Berdasarkan latar belakang dan rumusan masalah di atas, maka tujuan penelitian ini adalah:

1. Untuk menguji dan menganalisis variabel bauran pemasaran secara parsial berpengaruh dan signifikan terhadap keputusan pembelian paket wisata di Wuki *Travel* Jogja
2. Untuk menguji dan menganalisis variabel kualitas pelayanan secara parsial berpengaruh dan signifikan terhadap keputusan pembelian paket wisata di Wuki *Travel* Jogja
3. Untuk menguji dan menganalisis variabel bauran pemasaran dan kualitas pelayanan secara bersama-sama (simultan) berpengaruh dan signifikan terhadap keputusan pembelian paket wisata di Wuki *Travel* Jogja

E. Manfaat Penelitian

Penelitian ini dilakukan agar dapat memberikan kegunaan atau manfaat, antara lain:

1. Manfaat Teoritis

Penelitian ini diharapkan dapat memberikan tambahan wawasan serta kajian konsumen mengenai faktor yang mempengaruhi suatu keputusan pembelian.

2. Manfaat Praktis

a. Bagi Perusahaan

Penelitian ini diharapkan dapat berguna bagi pihak perusahaan dalam memberikan gambaran untuk meningkatkan aktivitas bauran pemasaran dan kualitas pelayanan agar dapat meningkatkan jumlah pembelian produk wisata.

b. Bagi STP AMPTA

Hasil penelitian ini dapat menjadi bahan rujukan dan referensi untuk penelitian yang relevan di masa yang akan datang.

c. Bagi Penulis

Menerapkan ilmu dan teori yang didapat dan menambah wawasan penulisan serta sebagai syarat kelulusan untuk memperoleh gelar sarjana di Sekolah Tinggi Pariwisata AMPTA Yogyakarta.