

**ANALISIS PENILAIAN KONSUMEN TERHADAP ATRIBUT –
ATRIBUT BAURAN PEMASARAN PADA PT. NUSANTARA TOUR
AND TRAVEL CABANG YOGYAKARTA**

SKRIPSI

**Untuk Memenuhi Sebagian Persyaratan Mencapai Derajat Sarjana Ekonomi (S1)
Pada Program Studi Manajemen
Fakultas Ekonomi Universitas Atma Jaya Yogyakarta**



**Disusun oleh :
Herry Chandra**

NPM : 98 03 10582

**FAKULTAS EKONOMI
UNIVERSITAS ATMA JAYA YOGYAKARTA
JUNI, 2005**

SKRIPSI

**ANALISIS PENILAIAN KONSUMEN TERHADAP ATRIBUT-
ATRIBUT BAURAN PEMASARAN PADA PT. NUSANTARA TOUR
AND TRAVEL CABANG YOGYAKARTA**

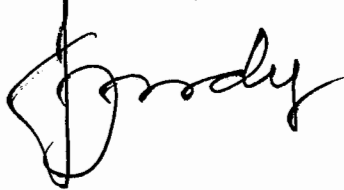
Disusun oleh:

Herry Chandra

NPM : 98 03 10582

Telah disetujui dan diterima baik oleh:

Dosen Pembimbing



(Drs. Dedy Handrimurtjahjo, MBM)

Tanggal, 3 Mei 2005

Skripsi

ANALISIS PENILAIAN KONSUMEN TERHADAP ATRIBUT- ATRIBUT BAURAN PEMASARAN PADA PT. NUSANTARA TOUR AND TRAVEL CABANG YOGYAKARTA

Yang dipersiapkan dan disusun oleh:

Herry Chandra

NPM : 98 03 10582

Telah dipertahankan di depan panitia penguji pada tanggal 2005
dan dinyatakan telah memenuhi persyaratan untuk mencapai derajat Sarjana
Ekonomi (S1) pada Program Studi Manajemen
Fakultas Ekonomi Universitas Atma Jaya Yogyakarta

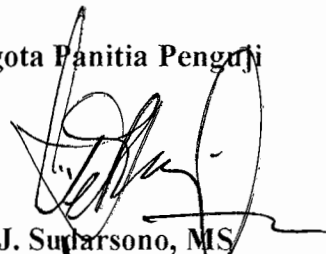
SUSUNAN PANITIA PENGUJI

Ketua Panitia Penguji

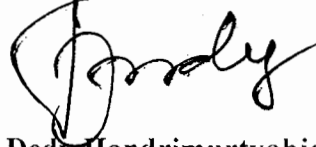


Drs. C. Handoyo. W, MM

Anggota Panitia Penguji



Drs. J. Suparsono, MS



Drs. Dedy Handrimurtyahjo, MBM

Yogyakarta, 9 Juni 2005
Dekan Fakultas Ekonomi
Universitas Atma Jaya Yogyakarta



Dr. FX Suwanto, MS

PERNYATAAN

Saya yang bertanda tangan dibawah ini dengan sesungguhnya menyatakan bahwa skripsi dengan judul:

ANALISIS PENILAIAN KONSUMEN TERHADAP ATRIBUT- ATRIBUT BAURAN PEMASARAN PADA PT. NUSANTARA TOUR AND TRAVEL CABANG YOGYAKARTA

Benar-benar hasil karya saya sendiri. Pernyataan, ide, maupun kutipan baik langsung maupun tidak langsung yang bersumber dari tulisan atau ide orang lain dinyatakan secara tertulis dalam skripsi ini dalam catatan perut / catatan kaki / daftar pustaka. Apabila dikemudian hari terbukti bahwa saya melakukan plagiasi sebagian atau seluruhnya dari skripsi ini, maka gelar dan ijazah yang saya peroleh dinyatakan batal dan akan saya kembalikan kepada Universitas Atma Jaya Yogyakarta.

Yogyakarta, 9 Juni 2005

Yang menyatakan


Herry Chandra

Kata Pengantar

Puji dan syukur kepada Tuhan Yang Maha Esa atas Berkat dan RahmatNya, sehingga penulis dapat menyelesaikan skripsi yang berjudul:

“ANALISIS PENILAIAN KONSUMEN TERHADAP ATRIBUT- ATRIBUT BAURAN PEMASARAN PADA PT. NUSANTARA TOUR AND TRAVEL CABANG YOGYAKARTA”

Skripsi ini disusun untuk memenuhi salah satu persyaratan memperoleh gelar Sarjana Ekonomi Jurusan Manajemen Pemasaran pada Fakultas Ekonomi Universitas Atma Jaya Yogyakarta.

Pada kesempatan ini, dengan kerendahan hati penulis ingin mengucapkan terimakasih sebesar-besarnya kepada pihak-pihak yang telah memberikan dukungan dan bantuan bagi penyusunan skripsi ini :

1. Bapak Dekan, Staf Dosen, Karyawan pada Fakultas Ekonomi Universitas Atma Jaya Yogyakarta yang telah banyak memberikan bimbingan selama penulis menempuh kuliah.
2. Bapak Drs. Dedy Handrimurtyahjo, MBM, selaku dosen pembimbing skripsi yang dengan kerelaan hati telah memberikan pengarahan dan bimbingan sehingga dapat terselesaikannya skripsi ini.
3. Ibu Infiati, Amd, selaku Inbound Manager PT. Nusantara Tour and Travel Cabang Yogyakarta.
4. *My Father In Heaven*, Mama yang selalu berdoa untuk keberhasilanku dari awal kuliah sampai terselesaikannya skripsi ini.
5. Adik-adikku tercinta, Benny, Shelvin, Fendy
6. My Auntie, fahmi di Lhokseumawe. *Thanks* atas semua dukungannya.
7. Awen "*My Lovely*", *thanks* atas kesetiaannya selama ini.
8. Venny, Winza dan seluruh staff PT. Nusantara Tour and Travel Cabang Yogyakarta.
9. Teman-temanku di *Grinjing United and Gendeng United*.

10. Joko, Hafidh, Vonny, Venny, dan semua teman-teman seperjuangan KKN dikelompok “SKA”, kalian memang bisa diandalkan.
11. Probe, Goen, Acui, Ayang, Pekan, Jinceng, Snake, Bima, Ajon, Alun, *thanks 4 all.*
12. Mr. Teguh, *thanks 4 all.*

Penulis menyadari dalam menyusun skripsi ini masih banyak kekurangan karena terbatasnya kemampuan, pengalaman, dan pengetahuan yang dimiliki. Karena itu dengan rendah hati penulis bersedia menerima segala kritik dan saran yang berguna.

Akhir kata, semoga Tuhan Yang Maha Esa memberi Berkat dan Kasih sayang yang melimpah untuk membalas kebaikan Bapak, Ibu dan rekan-rekan sekalian.

Yogyakarta, 9 Juni 2005

Herry Chandra



Kupersembahkan kepada:

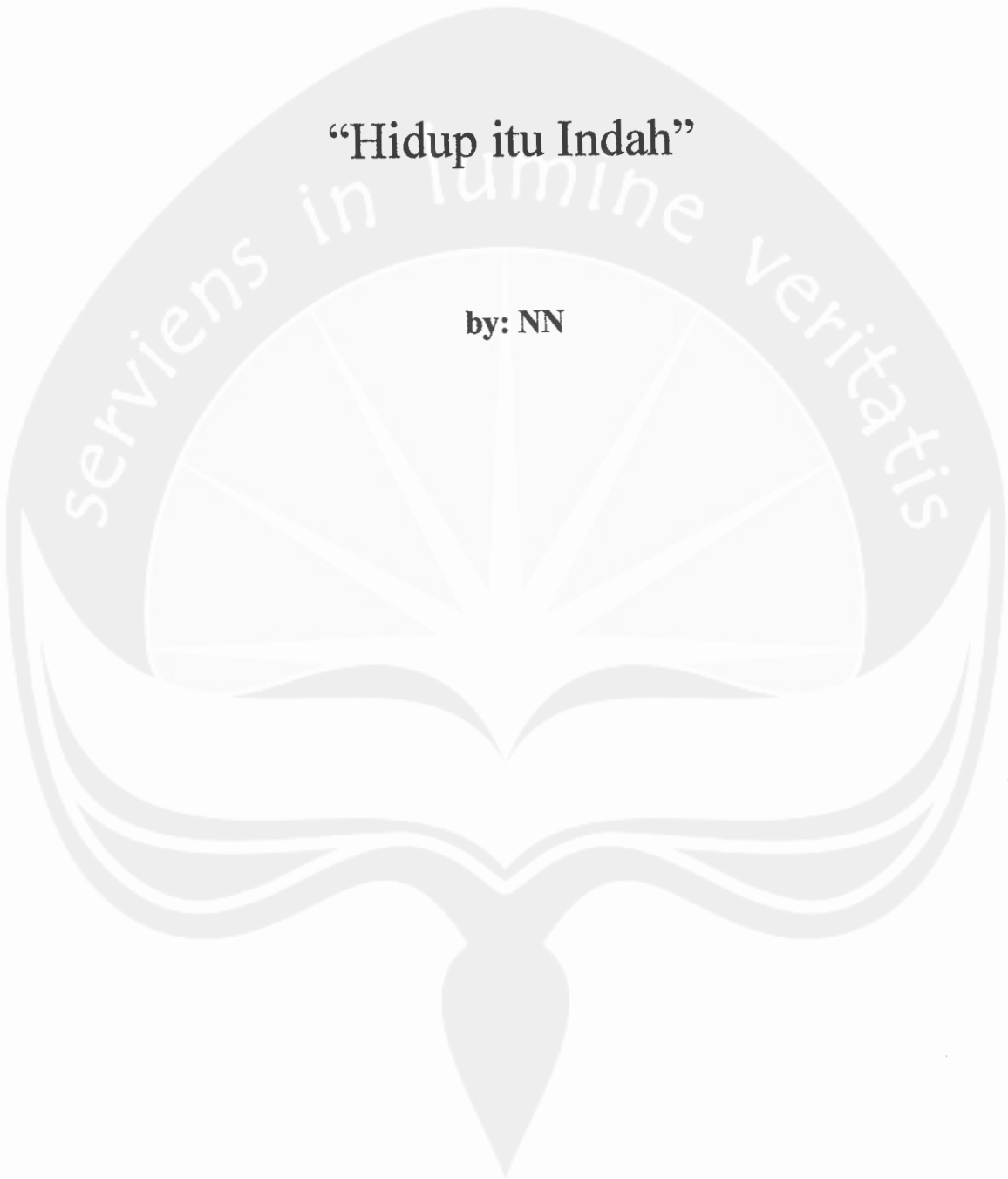
Kedua Orang Tuaku tercinta

Adik-adikku tersayang

MOTTO

“Hidup itu Indah”

by: NN



DAFTAR ISI

	Halaman
HALAMAN JUDUL	i
HALAMAN PERSETUJUAN PEMBIMBING.....	ii
HALAMAN PENGESAHAN	iii
HALAMAN PERNYATAAN	iv
KATA PENGANTAR	v
HALAMAN PERSEMBAHAN.....	vi
HALAMAN MOTTO.....	vii
DAFTAR ISI	viii
DAFTAR TABEL	xii
DAFTAR GAMBAR	xiii
DAFTAR LAMPIRAN	xiv
INTISARI.....	xv
BAB I PENDAHULUAN	1
1.1. Latar Belakang Masalah	1
1.2. Rumusan masalah	3
1.3. Batasan Masalah	3
1.4. Tujuan Penelitian	5
1.5. Manfaat Peneltian	6
1.6. Hipotesis	6
1.7. Metodologi Penelitian	7

1.7.1. Tempat dan waktu penelitian.....	7
1.7.2. Sumber data	7
1.7.3. Metode pengumpulan data.....	7
1.7.4. Metode Pengumpulan Sampel.....	8
1.7.5. Metode pengukuran data.....	8
1.7.6. Definisi operasional	9
1.8. Metode analisis data.....	10
1.8.1. Uji Validitas	10
1.8.2. Uji Reliabilitas	10
1.8.3. Analisis Prosentase	11
1.8.4. Analisis Mean Aritmatika.....	11
1.8.5. Analisis One Sample t Test.....	12
1.8.6. Analisis t Test.....	13
1.8.7. Analisis <i>One Way of Varians</i> (ANOVA).....	14
1.9. Sistematika Penelitian	16
BAB II LANDASAN TEORI.....	18
2.1. Pengertian Pemasaran dan Manajemen Pemasaran.....	17
2.2. Konsep Pemasaran dan Orientasi Pemasaran.....	21
2.3. Pemasaran Jasa.....	23
2.3.1. Pengertian dan klasifikasi jasa.....	23
2.3.2. Karakteristik Jasa	26
2.3.3. Strategi pemasaran bagi perusahaan jasa.....	27
2.3.4. Segmentasi pasar jasa.....	28
2.4. Perilaku Konsumen.....	30

2.4.1. Pengertian Perilaku Konsumen.....	30
2.4.2. Teori-teori Perilaku Konsumen	30
2.4.3. Tahap-tahap dalam proses pembelian.....	32
2.5. Sikap.....	36
2.5.1. Pengertian sikap.....	36
2.5.2. Komponen sikap.....	37
2.5.3. Fungsi sikap.....	37
2.6. Kepuasan konsumen.....	38
2.6.1. Pengertian kepuasan konsumen.....	38
2.6.2. Pengukuran kepuasan pelanggan.....	39
BAB III GAMBARAN UMUM DAERAH PENELITIAN	
DAN PERUSAHAAN.....	41
3.1. Sejarah berdirinya	41
3.2. Struktur organisasi.....	43
3.3. Ruang lingkup kegiatan operasional.....	46
3.4. Ruang lingkup sarana dan prasarana.....	47
3.5. Ruang lingkup kerja sama.....	49
BAB IV ANALISA DATA.....	51
4.1. Penjelasan Penelitian.....	51
4.2. Metode Pengambilan Sampel.....	52
4.3. Uji Kesahihan dan Keandalan Kuesioner.....	53
4.3.1. Uji validitas	52
4.3.2. Uji reliabilitas.....	54
4.4. Analisis Prosentase.....	54

4.5. Analisis Mean Aritmatika.....	56
4.6. Analisis One Sample t Test.....	59
4.7. Analisis t Test.....	63
4.8. Analisis of Varians (ANOVA).....	64
4.8.1.Perhitugan Anova ditinjau dari segi usia.....	64
4.8.2.Perhitugan Anova ditinjau dari segi profesi.....	65
BAB V KESIMPULAN DAN SARAN.....	68
5.1. Kesimpulan.....	68
5.2. Saran.....	70
DAFTAR PUSTAKA.....	71

DAFTAR TABEL

Tabel 4.1. Nilai r_{xy} Kuesioner Bagian II.....	53
Tabel 4.2. Jenis kelamin responden.....	55
Tabel 4.3. Usia responden.....	56
Tabel 4.4. Profesi responden.....	56
Tabel 4.5. Mean Variabel Produk.....	57
Tabel 4.6. Mean Variabel Lokasi.....	58
Tabel 4.7. Mean Variabel Harga.....	58
Tabel 4.8. Mean Variabel Promosi.....	59
Tabel. 4.9. Hasil Uji one sample t test.....	60

DAFTAR GAMBAR

Gambar 2.1. Segmentasi pasar jasa	29
Gambar 2.2. Pola Dasar teori Perilaku Konsumen.....	31
Gambar 2.3. Model Lima tahap Proses Pembelian.....	32
Gambar 2.4. Tahap-tahap Evaluasi, Alternatif dan Keputusan membeli.....	35
Gambar 2.5. Konsep Kepuasan pelanggan.....	39

DAFTAR LAMPIRAN

- Lampiran 1 Kuesioner
- Lampiran 2 Data jawaban responden tahap 1
- Lampiran 3 Hasil olah data uji validitas
- Lampiran 4 Hasil olah data uji reliabilitas
- Lampiran 5 Data jawaban responden tahap 2
- Lampiran 6 Hasil olah data analisis prosentase
- Lampiran 7 Hasil olah data mean aritmatika
- Lampiran 8 Hasil olah data One Sample t test
- Lampiran 9 Hasil olah data t test
- Lampiran 10 Hasil olah data analisis ANOVA
- Lampiran 11 Tabel uji validitas
- Lampiran 12 Tabel uji reliabilitas
- Lampiran 13 Tabel uji t
- Lampiran 14 Tabel uji F
- Lampiran 15 Struktur Organisasi
- Lampiran 16 Surat keterangan penelitian