



UNIVERSITAS
MERCU BUANA

**PENGARUH GEOGRAFIS, PROMOSI DAN PRILAKU
KONSUMEN TERHADAP
KONDISI PENJUALAN INTRA BUANA TOUR AND TRAVEL**

TESIS

UNIVERSITAS
MERCU BUANA

**OLEH
FERANI WANTO
NIM : 55111120082**

**UNIVERSITAS MERCUBUANA
PROGRAM PASCASARJANA
PROGRAM STUDI MAGISTER MANAJEMEN
2014**



**PENGARUH GEOGRAFIS, PROMOSI DAN PRILAKU
KONSUMEN TERHADAP
KONDISI PENJUALAN INTRA BUANA TOUR AND TRAVEL**

TESIS

**Diajukan Sebagai Salah Satu Syarat untuk Menyelesaikan
Program Pascasarjana Program Studi Magister Manajemen**

UNIVERSITAS
MERCU BUANA

**OLEH
FERANI WANTO
NIM : 55111120082**

**UNIVERSITAS MERCUBUANA
PROGRAM PASCASARJANA
PROGRAM STUDI MAGISTER MANAJEMEN
2014**

PENGESAHAN

Judul : Pengaruh Geografis, Promosi, dan Prilaku Konsumen
Terhadap Kondisi Penjualan Intra Buana Tour and
Travel.

Bentuk Karya Akhir : Riset Bisnis

Nama : FeraniWanto

NIM : 55111120082

Program Studi : Pascasarjana Program Magister Manajemen

Tanggal : Februari 2014

Pembimbing

Ir. Har Adi Basri M.Ec, Ph.D

Ketua Program Studi
Magister Manajemen

Direktur Program Pascasarjana



Dr. Augustina Kurniasih, ME



Prof. Dr. Didik J. Rachbini

PERNYATAAN

Saya yang bertandatangan di bawah ini menyatakan dengan sebenar-benarnya bahwa semua pernyataan dalam karya akhir ini:

Judul : Pengaruh Geografis, Promosi, dan Prilaku Konsumen
Terhadap Kondisi Penjualan Intra Buana Tour and Travel.

Bentuk Karya Akhir : Riset Bisnis

Nama : FeraniWanto

NIM : 55111120082

Program Studi : Pascasarjana Program Magister Manajemen

Tanggal : 15 Januari 2014

Merupakan hasil studi pustaka dan penelitian lapangan, sebagai karya saya sendiri dengan bimbingan Dosen Pembimbing yang ditetapkan dengan Surat Keputusan Program Studi Magister Manajemen Universitas Mercu Buana.

Tesis ini belum pernah diajukan untuk memperoleh gelar kesarjanaan pada program sejenis di perguruan tinggi lain. Semua informasi, data, dan hasil pengolahannya yang digunakan, telah dinyatakan secara jelas sumbernya dan dapat diperiksa kebenarannya.

Jakarta, 15 Januari 2014



FeraniWanto

KATA PENGANTAR

Puji dan syukur kehadiran Tuhan Yang Maha Kuasa atas segala limpahan Rahmat-Nya, sehingga saya dapat menyelesaikan karya akhir saya tepat pada waktunya. Karena penulisan karya akhir inimerupakan sebuah ujian dan tugas yang sangat menantang bagi penulis, melalui karya akhir ini penulis dapat mengetahui dan mengimplementasikan secara konkrit teori-teori yang dipelajari selama menempuh pendidikan di program magister manajemen Universitas Mercubuana ini ke dalam bentuk tulisan yang terstruktur dan tersusun secara ilmiah.

Penulis sangat menyadari masih banyak diperlukan penyempurnaan dalam karya akhir ini baik dari sisi substansi penulisan maupun dari tata cara dan teknis penulisannya. Namun demikian penulis telah berupaya optimal agar karya akhir ini memiliki kualitas yang baik dan dapat diterima sebagai salah satu karya yang dapat memberikan kontribusi bagi dunia bisnis dan pendidikan di Indonesia.

Pada kesempatan ini penulis menyampaikan rasa terima kasih dan penghargaan yang setinggi tingginya kepada :

1. Bapak Ir. Har Adi Basri M.Ec.Ph.D selaku dosen pembimbing tugas akhir yang telah dengan sabar selalu mengingatkan, memotivasi dan meluangkan waktu, tenaga dan pikiran untuk memberikan petunjuk, arahan dan bimbingan kepada penulis dalam penyusunan karya akhir ini.

2. Ibu Dr. Augustina Kurniasih, ME. selaku ketua Program Studi Magister Manajemen Universitas Mercubuana Jakarta yang selalu memberikan motivasi agar segera menyelesaikan karya akhir saya.
3. Kepada dosen penguji yang telah memberikan kritik, saran dan masukan yang sangat membangun dalam siding karya akhir ini.
4. Para dosen dan Karyawan Universitas Mercubuana yang banyak membantu dalam proses perkuliahan dan penyelesaian karya akhir ini.
5. Kepada kedua orang tua penulis yaitu Bapak Herman Wanto dan Ibu Sinta Wanto yang selalu memberikan dukungan, doa, semangat dan kasih sayang tiada henti kepada penulis.
6. Kepada kakak, saudara, teman sejawat penulis yang selalu memberikan dukungan, semangat, dan doa kepada penulis untuk segera menyelesaikan karya akhir ini.
7. Kepada teman penulis yang merupakan owner dari Intra Buana Tour and Travel yang telah memudahkan penulis dalam pengambilan data dan pengajuan kuesioner terhadap konsumen Intra Buana untuk penulis menyelesaikan karya akhir ini.
8. Kepada seluruh teman mahasiswa program Magister Manajemen angkatan XX yang telah banyak membantu, memberikan dukungan, motivasi kepada penulis dalam menyelesaikan studi dan pembuatan karya akhir ini.

Akhir kata, besar harapan penulis agar tesis ini dapat memberikan manfaat bagi kita semua. Oleh karena itu saya harapkan kepada para pembaca untuk

memberikan segala saran dan masukan-masukan yang bersifat membangun untuk kesempurnaan makalah ini.

Jakarta, Januari 2014

Penyusun



DAFTAR ISI

ABSTRACT	i
ABSTRAK	ii
PENGESAHAN	iii
PERNYATAAN	iv
KATA PENGANTAR	v
DAFTAR ISI	viii
DAFTAR TABEL	xi
DAFTAR GAMBAR	xiii
BAB I PENDAHULUAN	
1.1. Latar Belakang	1
1.2. Identifikasi Masalah	7
1.3. Rumusan Masalah	8
1.4. Batasan Masalah	9
1.5. Tujuan Penelitian	9
1.6. Maksud Penelitian	10
1.7. Manfaat Penelitian	10
1.8. Kegunaan Penelitian	11
BAB II DESKRIPSI INTRA BUANA TOUR AND TRAVEL	
2.1 Sejarah Intra Buana Tour and Travel	12
2.2 Visi dan Misi Intra Buana Tour and Travel	16
2.3 Struktur Organisasi Intra Buana Tour and Travel	16

2.4	Kegiatan Intra Buana Tour and Travel	18
2.5	Produk Intra Buana Tour and Travel	20
2.6	Strategi Intra Buana Tour and Travel	20
2.7	Lingkup dan Bidang Usaha	22
2.8	Sumber Daya	23
2.9	Tantangan Bisnis	23
 BAB III KAJIAN PUSTAKA, KERANGKA PEMIKIRAN, HIPOTESIS		
3.1	Pemasaran	25
3.2	Geografis	27
3.3	Promosi	28
3.4	Perilaku Konsumen.....	30
3.5	Kondisi Penjualan	34
3.6	Variabel Penelitian	35
3.7	Penelitian Terdahulu.....	37
3.8	Kerangka Pemikiran.....	39
3.9	Hipotesis	40
 BAB IV METODOLOGI PENELITIAN		
4.1	Disain Penelitian.....	42
4.2	Ruang Lingkup.....	44
4.3	Lokasi Penelitian	44
4.4	Variabel Penelitian	44
4.5	Populasi dan Sampel Penelitian	46
4.6	Jenis dan Sumber Data.....	48

4.7	Teknik Pengumpulan Data.....	49
4.8	Metode Pengukuran Data.....	55
4.9	Teknik Analisis Data	55
4.10	Uji Instrument	56
4.11	Uji Asumsi Klasik	58
4.12	Analisis Regresi Linier Berganda.....	60
4.13	Analisis Dimensi	64
BAB V	HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN	
5.1	Gambaran Umum Lokasi Penelitian.....	66
5.2	Analisis Deskriptif.....	68
5.3	Uji Instrument	74
5.4	Uji Asumsi Klasik	78
5.5	Uji Hipotesis.....	81
5.6	Analisis Regresi Linear Berganda	87
5.7	Analisis Korelasi	90
5.8	Analisis Koefisien Determinasi.....	91
BAB VI	KESIMPULAN DAN SARAN	
6.1	Kesimpulan	95
6.2	Saran	97
6.3	Keterbatasan dalam Penelitian	98
	DAFTAR PUSTAKA	100
	LAMPIRAN	101
	DAFTAR RIWAYAT HIDUP	110

DAFTAR TABEL

Tabel 3.1	Penelitian Terdahulu	38
Tabel 4.1	Hubungan antara Variabel, Dimensi dan Indikator	44
Tabel 4.2	Definisi Operasional dari Variabel	46
Tabel 4.3	Skala Likert	55
Tabel 4.4	Nilai koefisien korelasi (r_{xy}) : $-1 \leq r_{xy} \leq 1$	65
Tabel 5.1	Karakteristik Responden	68
Tabel 5.2	Kriteria Interpretasi Skor	69
Tabel 5.3	Nilai Aktual Variabel Geografis	70
Tabel 5.4	Nilai Aktual Variabel Promosi	71
Tabel 5.5	Nilai Aktual Variabel Prilaku Konsumen.....	72
Tabel 5.6	Nilai Aktual Variabel Kondisi Penjualan	73
Tabel 5.7	Uji Validitas Instrumen 4 Variabel	75
Tabel 5.8	Uji Reabilitas Instrumen Variabel X_1 , X_2 , X_3 dan Y	77
Tabel 5.9	Hasil Uji Multikolinearitas	79
Tabel 5.10	Hasil Uji F	81
Tabel 5.11	Hasil Uji t	83
Tabel 5.12	Interpretasi Koefisien Korelasi	84
Tabel 5.13	Regresi Geografis, Promosi, Prilaku Konsumen terhadap Kondisi Penjualan	88
Tabel 5.14	Interpretasi koefisien Korelasi	90