PENGARUH *TIME FLEXIBILITY, DESTINATION IMAGE AND SOCIAL MEDIA POPULARITY* TERHADAP *PURCHASE DECISION* PAKET *TOUR INDIVIDUAL*

SKRIPSI

Nama: Febi Mia Audina
NIM: 43116110486

PROGRAM STUDI S1 MANAJEMEN
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS
UNIVERSITAS MERCU BUANA
JAKARTA
2019

SKRIPSI

lib.mercubuana.ac.id

LEMBAR PERNYATAAN KARYA SENDIRI

Nama	: Febi Mia Audina
Nim	: 43116110486
Program Studi	: S1 Manajemen
Judul Skripsi	: Pengaruh *Time Flexibility, Destination Image and Social Media Popularity* Terhadap *Purchase Decision* Paket *Tour Individual*

Menyatakan bahwa skripsi ini adalah murni hasil karya sendiri. Apabila saya mengutip dari hasil karya orang lain, maka saya mencantumkan sumbernya sesuai dengan ketentuan yang berlaku. Saya bersedia dikenai saksi pembatalan Proposal Metodelogi Penelitian ini apabila terbukti plagiat (penjiplakan).

Demikian pernyataan ini saya buat dengan sebenarnya.

Jakarta, 7 Desember 2020

Febi Mia Audina
NIM : 43116110486

lib.mercubuana.ac.id

LEMBAR PENGESAHAN SKRIPSI

Nama	:	Febi Mia Audina
NIM	:	43116110486
Program Studi	:	Manajemen
Judul Skripsi	:	Pengaruh *Time Flexibility, Destination Image and Social Media Popularity* Terhadap *Purchase Decision* Paket Tour Individual
Tanggal Lulus Ujian	:	30 Desember 2020

Disahkan oleh:

Pembimbing

Dudi Permana,Ph, D.

Tanggal: 06-01-2021

Ketua Penguji

Mas Wahyu Wibowo, MBA, Ph,D.

Tanggal: 06-01-2021

Dekan

Dr. Harnovinsah, Ak., M.Si., CA.

Tanggal:

Ketua Program Studi S1 Manajemen

Dr. Daru Asih, M.Si.

Tanggal:

UNIVERSITAS MERCU BUANA

lib.mercubuana.ac.id

ABSTRAK

Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis Pengaruh *Time Flexibility*, *Destination Image* dan *Social Media Popularity* Terhadap *Purchase decision* Paket *Tour Individual*. Populasi dalam penelitian ini adalah masyarakat yang sudah membeli paket tour individual. Adapun jumlah sampel yang didapatkan sebanyak 152 responden. Teknik pengumpulan data yang digunakan dalam penelitian ini adalah kuesioner. Teknik analisis data digunakan untuk menjawab rumusan masalah atau menguji hipotesis yang telah dirumuskan. Dalam penelitian ini penulis menggunakan *Structural Equation Modelling* (SEM) menggunakan alat analisis Partial Least Square. Hasil penelitian menunjukkan bahwa (1) *Time Flexibility* berpengaruh positif dan signifikan terhadap *Purchase decision*, (2) *Destination Image* berpengaruh positif dan signifikan terhadap *Purchase decision*, dan (3) *Social Media* berpengaruh positif dan signifikan terhadap *Purchase decision*. Saran yang diajukan pada penelitian ini agar para perusahaan perusahaan *travel agent* memberikan waktu yang fleksibel dalam pembelian paket tour individual ini dan juga meningkatkan brand awareness agar paket tour individual semakin dikenal.

Kata Kunci: ***Purchase Decision, Time Flexibility, Destination Image, and Social Media Popularity***

UNIVERSITAS
MERCU BUANA

lib.mercubuana.ac.id

ABSTRACT

This study aims to analyze the effect of Time Flexibility, Destination Image and Social Media Popularity towards Purchase Decision of Individual Tour Package. The population in this study is the community who already purchased individual tour package. The number of samples obtained was 152 respondents. Data collection techniques used in this study were questionnaires. Data analysis techniques are used to answer the problem formulation or test the hypothesis that has been formulated. In this study the authors used Structural Equation Modeling (SEM) using the Partial Least Square analysis tool. The results showed that (1) Time Flexibility had a positive and significant effect on Purchase decision, (2) Destination Image had a positive and significant effect on Purchase decision, and (3) Social Media Popularity had a positive and significant effect on Purchase decision. Suggestions proposed in this study are travel agent companies should provide flexible time in purchasing these individual tour packages and also increase brand awareness so individual tour packages are increasingly known.

Keyword: Purchase Decision, Time Flexibility, Destination Image, and Social Media Popularity

UNIVERSITAS
MERCU BUANA

lib.mercubuana.ac.id

KATA PENGANTAR

Alhamdulillah puji syukur penulis panjatkan kehadirat Allah SWT atas limpahan rahmat dan hidayah-Nya, sehingga penulis dapat menyelesaikan skripsi yang berjudul "Pengaruh *Time Flexibility, Destination Image and Social Media Popularity* Terhadap *Purchase Decision* Paket *Tour Individual*".
Skripsi ini merupakan syarat untuk memperoleh gelar sarjana pada Program Studi S1 Manajemen Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Mercu Buana.

Penyusunan skrpsi ini tidak lepas dari bimbingan, bantuan dan dukungan yang sangat berarti dari berbagai pihak. Oleh karena itu, dalam kesempatan ini penulis ingin berterimakasih pada semua pihak yang telah membantu pada penyusunan proposal ini terutama kepada:

1. Bapak Prof. Dr. Ir. Ngadino Surip, MS., selaku rektor Universitas Mercu Buana.
2. Bapak Dr. Harnovinsah, Ak, M.Si., CA., selaku Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis, Universitas Mercu Buana.
3. Ibu Dr. Ibu Dr. Daru Asih, M.Si., selaku Ketua Program Studi S1 Manajemen, Fakultas Ekonomi dan Bisnis, Universitas Mercu Buana.
4. Bapak Dudi Permana, Ph, D. selaku dosen pembimbing skripsi yang telah memberikan saran, waktu, bimbingan, semangat, pengetahuan, dan nasihat-nasihat yang sangat bermanfaat demi terselesaikannya skripsi ini.
5. Bapak Mas Wahyu Wibowo, MBA, Ph,D. selaku dosen penguji akhir skripsi yang telah memberikan masukan dan saran yang sangat berarti untuk perbaikan skripsi ini.
6. Bapak Abdul Gani, SE, MM. selaku dosen penguji akhir skripsi yang telah memberikan masukan dan saran yang sangat berarti untuk perbaikan skripsi ini.
7. Kepada teman-teman Manajemen S1 FEB UMB angkatan 2016 yang tidak bisa disebutkan satu persatu. Semoga kita bisa mewujudkan semua impian kita.
8. Seluruh teman-teman Mahasiswa S1 FEB UMB Menteng yang telah bersedia menjadi Responden pada proposal ini.

lib.mercubuana.ac.id

9. Teristimewa, kedua orang tua tercinta yang telah memberikan semangat, doa dan dukungan moral dan material yang tiada henti-hentinya kepada penulis serta memberikan banyak insipirasi dalam menyelesaikan proposal ini.

Penulis menyadari sepenuhnya sebagai manusia biasa, bahwa skripsi ini masih tidak lepas dari kesalahan dan kekurangan akibat terbatasnya pengetahuan serta pengalaman. Oleh karena itu, penulis mengharapkan segala bentuk saran serta masukan bahkan kritik yang membangun dari berbagai pihak. Selain itu, dengan segala ketulusan dan kerendahan diri, penulis mohon maaf apabila ada kesalahan dan kelemahan dalam proposal ini. Semoga proposal ini dapat bermanfaat dan menambah pengetahuan khususnya bagi penulis dan pembaca pada umumnya.

Jakarta, 7 Desember 2020

Febi Mia Audina
NIM: 43116110486

UNIVERSITAS
MERCU BUANA

lib.mercubuana.ac.id

DAFTAR ISI

LEMBAR PERNYATAAN KARYA SENDIRI ii
LEMBAR PENGESAHAN SKRIPSI iii
ABSTRAK iv
ABSTRACT v
KATA PENGANTAR vi
DAFTAR ISI viii
DAFTAR TABEL x
DAFTAR GAMBAR xii
DAFTAR LAMPIRAN xiii
BAB I PENDAHULUAN 1
A. Latar Belakang Penelitian 1
B. Rumusan Masalah 8
C. Tujuan Penelitian 9
D. Kontribusi Penelitian 10
1. Kontribusi Teoritis 10
2. Kontribusi Praktis 10
BAB II KAJIAN PUSTAKA DAN PENGEMBANGAN HIPOTESIS 11
A. Kajian Pustaka 11
1. Perilaku Konsumen 11
2. Faktor Sosial 14
3. Keputusan Pembelian 16
4. Kebebasan Waktu (Time Flexibility) 21
5. Destination Image 22
6. Social Media Popularity 24
B. Pengembangan Hipotesis 27
C. Penelitian Terdahulu 29
D. Kerangka Penelitian 33
E. Hipotesis 34
BAB III METODE PENELITIAN 36
A. Waktu dan Tempat Penelitian 36
1. Waktu Penelitian 36

lib.mercubuana.ac.id

B. Desain Penelitian 36
1. Operasionalisasi Variabel 36
C. Skala Pengukuran 39
D. Populasi dan Sampel Penelitian 40
1. Populasi Penelitian 40
2. Sampel Penelitian 41
E. Metode Analisis Data 43
1. Analisa Outer model 45
2. Analisa Inner Model 46
3. Pengujian Hipotesis 47
BAB IV 48
A. Analisis Statistik Deskriptif 49
B. Deskripsi Variabel Penelitian 51
C. Analisis Data 54
1. Component Based Structural Modelling 54
2. Evaluasi Model Pengukuran (*Outer Model*) 54
3. Pengujian Model Struktur/Uji Hipotesis (*Inner Model*) 62
D. Pembahasan Hasil Penelitian 69
1. Pengaruh *Time Flexibility* terhadap Keputusan Pembelian 69
2. Pengaruh *Destination Image* terhadap Keputusan Pembelian 70
3. Pengaruh *Social Media Popularity* terhadap Keputusan Pembelian 70
BAB V KESIMPULAN DAN SARAN 72
A. Kesimpulan 72
B. Saran 72
DAFTAR PUSTAKA 74
LAMPIRAN 77

lib.mercubuana.ac.id

DAFTAR TABEL

Tabel 1.1 Hasil Pra Survey 7

Table 2.1 Penelitian Terdahulu 29

Tabel 3.1 Operasionalisasi Variabel 38

Tabel 3.2 Skor Berdasarkan Skala Likert 40

Tabel 3.3 Metode Krejcie & Morgan 41

Tabel 4.1 Persebaran Responden Berdasarkan Jenis Kelamin 48

Table 4.2 Persebaran Responden Berdasarkan Usia 49

Tabel 4.3 Persebaran Responden Berdasarkan Pekerjaan 49

Tabel 4.4 Persebaran Responden Berdasarkan Pendapatan per Bulan 50

Tabel 4.5 Deskripsi Variabel Keputusan Pembelian 51

Table 4.6 Deskripsi Variabel *Time Flexibility* 52

Tabel 4.7 Deskripsi Variabel *Destination Image* 52

Tabel 4.8 Deskripsi Variabel *Social Media Popularity* 53

Tabel 4.9 Hasil Nilai *Loading Factor* 57

Table 4.10 Hasil AVE 57

Tabel 4.11 Uji *Fornell Lacker Criterion* 59

Tabel 4.12 Hasil Nilai *Cross Loading* 60

Tabel 4.13 Hasil Pengujian *Cronbach's Alpha* 61

Tabel 4.14 Hasil Pengujian *Composite Reliability* 62

Tabel 4.15 Hasil Uji Koefisien Determinasi 63

Tabel 4.16 Hasil Uji *Nilai Predictive Relevance* (Q2) 65

UNIVERSITAS MERCU BUANA

lib.mercubuana.ac.id

Tabel 4.17 Hasil Uji f-Square 65

Tabel 4.18 Hasil Uji Signifikasi Antar Variabel 67

UNIVERSITAS
MERCU BUANA

lib.mercubuana.ac.id

DAFTAR GAMBAR

Gambar 1.1 Data Penjualan Tour Hasil Pra Survey 2
Gambar 1.2 Data Penjualan Tiket Pesawat dan Hotel 3
Gambar 1.3 Data Persaingan Travel Agent Indonesia 3
Gambar 1.4 Contoh Screenshot Pencarian Destinasi Baru di Instagram 5
Gambar 2.1 Model Perilaku Konsumen 12
Gambar 2.2 Rerangka Konseptual 34
Gambar 4.1 Rancangan Outer Model 55
Gambar 4.2 Hasil Output Diagram Jalur 56
Gambar 4.3 Diagram AVE 58
Gambar 4.4 Diagram CA 61
Gambar 4.5 Diagram CR 62
Gambar 4.6 Hasil Bootstrapping 66

UNIVERSITAS
MERCU BUANA

lib.mercubuana.ac.id

DAFTAR LAMPIRAN

1 Kuesioner Penelitinan 77

2 Variabel Operasional..... 79

3 Deskripsi Responden Penelitian..... 81

4 Deskripsi Variable Penelitian..... 89

UNIVERSITAS
MERCU BUANA

lib.mercubuana.ac.id