

ABSTRACT

Developed at this time, is inevitable rapid development of tourism is felt along with the growth of the airline, hotel, dining, and others. Travel agent into one of the tourism industries can not be separated from the tourism industry. The many interests of consumers traveling either into or out of the country makes travel agent in Indonesia is growing rapidly. People have become more clever in choosing, many of those who decided to choose a package tour in the solution of their journey. Buy a package tour that is now becoming increasingly competing between travel agents by offering competitive rates. Author would like to find out if there is an influence in determining the price of the purchase decision. Price is one factor in the marketing mix. The theory used in this study is the theory of pricing as proposed by Kotler and Keller (2009: 76), choosing pricing objectives, determining Demand, cost estimating, analyzing competitors' price offers, choose the method that is used, selecting the final price. Then the theory of buying decision by Kotler and Keller (2009: 185) : problem recognition, information search, alternative evaluation, purchase decision and post-purchase behavior. In this study the authors used quantitative methods associative, which will look for the influence of the price variable (X) and the buying decision variable (Y). In the data processing used SPSS version 20. From the results of the study conducted by researchers, it concluded the influence of the offer price to the buying decision.

Keywords : Tourism, Travel Agent , Influence , Price , Buying Decision

ABSTRAK

Dizaman yang berkembang saat ini, tidak bisa dihindari perkembangan pariwisata yang semakin pesat dirasakan seiring dengan pertumbuhan perusahaan penerbangan, hotel, tempat makan, dan lain-lain. Travel agent menjadi salah satu industri pariwisata yang tidak dapat dipisahkan dari industri pariwisata. Banyaknya minat konsumen bepergian baik ke dalam atau keluar negeri membuat travel agent berkembang pesat di Indonesia ini. Masyarakat menjadi lebih pintar dalam memilih, banyak dari mereka yang memutuskan memilih paket tour dalam solusi perjalanan mereka. Membeli paket tour yang ada sekarang ini menjadi semakin bersaing antar travel agent dengan penawaran harga yang bersaing. Penulis ingin mencari tahu apakah ada pengaruh dalam penetapan harga terhadap keputusan pembelian. Harga merupakan salah satu faktor dalam marketing mix. Teori yang digunakan dalam penelitian ini adalah teori penetapan harga seperti yang dikemukakan oleh Kotler dan Keller (2009 :76), yaitu memilih tujuan penetapan harga, menentukan permintaan, memperkirakan biaya, menganalisis penawaran harga para pesaing, memilih metode yang digunakan, memilih harga akhir. Lalu teori tentang pengambilan keputusan pembelian oleh Kotler dan Keller (2009 : 185), yaitu : pengenalan masalah, pencarian informasi, evaluasi alternatif, keputusan pembelian dan perilaku pascapembelian. Dalam penelitian ini penulis menggunakan metode kuantitatif asosiatif, dimana akan dicari pengaruh dari variabel harga (X) dan variabel keputusan pembelian (Y). Dalam pengolahan data digunakan program SPSS Versi 20. Dari hasil penelitian yang dilakukan peneliti, memang disimpulkan adanya pengaruh dari penawaran harga terhadap keputusan pembelian.

Kata Kunci : Pariwisata, Travel Agent, Pengaruh, Penawaran Harga, Keputusan Pembelian