

**ABSTRAK**  
**PERBEDAAN TANGGAPAN KONSUMEN TERHADAP**  
**PELAYANAN BIRO PERJALANAN WISATA DITINJAU**  
**DARI ASAL WISATAWAN, JENIS PEKERJAAN,**  
**DAN TINGKAT PENDIDIKAN**

Antonius Austerity Ardana  
Universitas Sanata Dharma  
Yogyakarta  
2010

Tujuan dari penelitian ini adalah untuk mengetahui profil konsumen di Biro Perjalanan Wisata Angsa Indonesia Tours and Travel Yogyakarta dan perbedaan tanggapan konsumen terhadap pelayanan Biro Perjalanan Wisata Angsa Indonesia Tours and Travel Yogyakarta ditinjau dari asal wisatawan, jenis pekerjaan, dan tingkat pendidikan. Penelitian ini dilakukan dengan menyebarkan kuesioner kepada konsumen Biro Perjalanan Wisata Angsa Indonesia Tours and Travel Yogyakarta. Populasi dalam penelitian ini adalah wisatawan yang menggunakan jasa Biro Perjalanan Wisata Angsa Indonesia Tours and Travel Yogyakarta. Konsumen yang diteliti diambil 100 orang sebagai sampel. Pemilihan sampel yaitu dengan metode *accidental sampling*. Data yang diperoleh dari kuesioner diuji dengan menggunakan *Independent Sample T Test*, *Oneway Anova*. Berdasarkan hasil yang diperoleh dari *Independent Sample T Test* untuk asal wisatawan terdapat perbedaan tanggapan dalam pelayanan Biro Perjalanan Wisata Angsa Indonesia Tours and Travel Yogyakarta. Hasil yang diperoleh dari *Oneway Anova* pun untuk jenis pekerjaan dan tingkat pendidikan juga terdapat perbedaan tanggapan dalam pelayanan Biro Perjalanan Wisata Angsa Indonesia Tours and Travel Yogyakarta.

## **ABSTRACT**

### **THE DIFFERENCES ON CUSTOMER'S RESPONSES TOWARD TOUR TRAVEL BUREAU SERVICES OBSERVED FROM TOURIST ORIGIN, OCCUPATION AND EDUCATION LEVEL**

Antonius Austerity Ardana  
Sanata Dharma University  
Yogyakarta  
2010

The aim of this research was to find out the customer's profile of Angsa Indonesia Tour Travel Bureau Services and the differences on the customer's responses toward Angsa Tours and Travel Bureau Services observed from tourist origin, occupation and education level. Regarding of this research, a questionnaire was distribute to 100 customers of Angsa Indonesia Tour Travel Bureau Services. The population on this research was the entire tourist that used the services of Angsa Indonesia Tour Travel Bureau Services and one-hundred of the customers were used for the sample. The sampling method was accidental sampling. The data were tested by Independent Sample T Test. The research concluded that there were response differences toward Tour Travel Bureau services based on tourist origin. Based on Oneway Anova, the research concluded that occupation and educational level also produced response differences toward Tour Travel Bureau services..