

ABSTRAK

PENGARUH BAURAN PEMASARAN TERHADAP PERMINTAAN KONSUMEN DALAM MENGGUNAKAN JASA TRAVEL STUDI KASUS PADA KONSUMEN “RACHMALIA INDAH” TOURS & TRAVEL JL. BANTUL NO. 110 YOGYAKARTA

**Markus Tri Wibowo
Universitas Sanata Dharma
Yogyakarta
2001**

Tujuan penelitian ini adalah untuk mengetahui pengaruh pelayanan, promosi, distribusi, dan harga terhadap permintaan konsumen. Penelitian dilakukan terhadap konsumen “Rachmalia Indah” Tours & Travel di Jalan Bantul No. 110 Yogyakarta.

Penelitian studi kasus ini dilakukan pada bulan April 2001. Teknik pengumpulan data yang digunakan adalah kuesioner. Populasi dalam penelitian ini meliputi seluruh konsumen yang pernah melakukan perjalanan dengan menggunakan jasa travel “Rachmalia Indah” Tours & Travel di Jalan Bantul No. 110 Yogyakarta. Sampel yang diteliti sebesar 48, yang ditentukan dengan metode incidental sampling. Teknik analisis data yang digunakan adalah Teknik Analisis Regresi Linear Berganda dengan empat variabel independen.

Hasil analisis data menunjukkan pelayanan, promosi, distribusi, dan harga secara bersama-sama berpengaruh terhadap permintaan konsumen secara signifikan. Besarnya pengaruh variabel pelayanan terhadap permintaan konsumen sebesar 14,57%, variabel promosi berpengaruh sebesar 10,25%, variabel distribusi berpengaruh sebesar 10,53%, dan variabel harga berpengaruh terhadap permintaan konsumen sebesar 24,86%. Variabel Bauran Pemasaran berpengaruh terhadap permintaan konsumen sebesar 54,322% dan sebesar 45,678% permintaan konsumen dipengaruhi oleh variabel lain.

ABSTRACT

Influence of Marketing Mix on Consumers' Demand in Using Travel Service Case Study at "Rachmalia Indah" Tours & Travel in Yogyakarta

**Markus Tri Wibowo
Sanata Dharma University
Yogyakarta
2001**

The aim of this research is to know the influence of service, promotion, distribution, and price on consumers' demand. The population of this research were the consumers of "Rachmalia Indah" Tours & Travel on Jl. Bantul No. 110 Yogyakarta. This research was a case study conducted in April 2001. To collect the data the writer used questionnaire. The writer took 48 samples using incidental sampling method. Data analyzing technique used was Multiple Linear Regression Analysis Technique with four independent variables.

The findings are : 1) service, promotion, distribution, and price together have significant influence on the consumers' demand. 2) The influence level of service variable on consumers' demand is 14,57%, of promotion variable is 10,25%, of distribution variable is 10,53%, and of price variable is 24,86%. 3) Marketing mix variable has influence level on consumers' demand 54,322%, and 45.678% of consumers' demand is influenced by other variables.