



**IDENTIFIKASI FAKTOR-FAKTOR YANG MENDORONG PENGAMBILAN  
KEPUTUSAN KONSUMEN PADA PEMANDIAN  
9 PALEM GUMUK KANTONG INDAH  
MUNCAR BANYUWANGI**

*(An Identification Of Encouraging Factors On Decision Making Of Customer's  
at 9 Palem Gumuk Kantong Indah Muncar Banyuwangi)*

**SKRIPSI**

Oleh

**Astri Wulandari  
NIM 060910292029**

**PROGRAM STUDI ILMU ADMINISTRASI NIAGA NON REGULER  
JURUSAN ILMU ADMINISTRASI  
FAKULTAS ILMU SOSIAL DAN ILMU POLITIK  
UNIVERSITAS JEMBER  
2010**



**IDENTIFIKASI FAKTOR-FAKTOR YANG MENDORONG PENGAMBILAN  
KEPUTUSAN KONSUMEN PADA PEMANDIAN  
9 PALEM GUMUK KANTONG INDAH  
MUNCAR BANYUWANGI**

**SKRIPSI**

diajukan guna melengkapi tugas akhir dan memenuhi salah satu syarat  
untuk menyelesaikan Program Studi Ilmu Administrasi Niaga (S1)  
dan mencapai gelar Sarjana Sosial

Oleh

**Astri Wulandari**  
**NIM 060910292029**

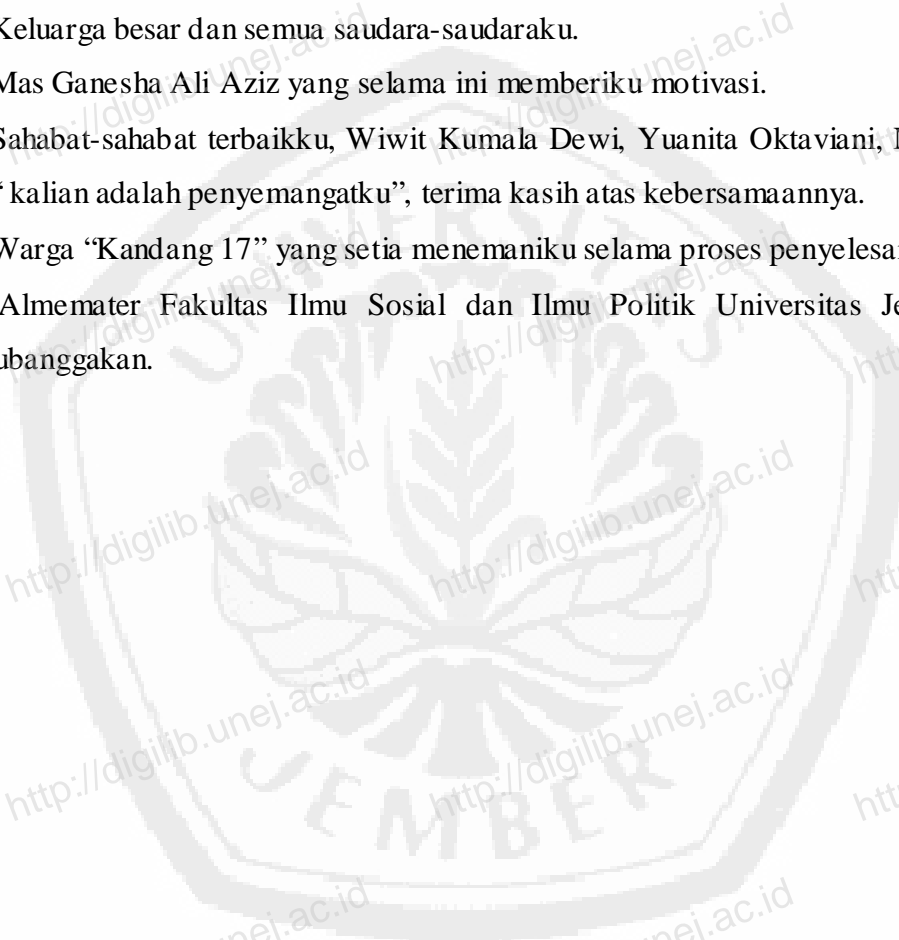
**PROGRAM STUDI ILMU ADMINISTRASI NIAGA NON REGULER  
JURUSAN ILMU ADMINISTRASI  
FAKULTAS ILMU SOSIAL DAN ILMU POLITIK  
UNIVERSITAS JEMBER**

**2010**

## **PERSEMBAHAN**

Kupersembahkan Skripsi ini untuk:

1. Ayahanda (Alm) Suratman dan Ibunda Supadmi telah memberiku kasih sayang, cinta, doa, semangat, dan materi yang tak ternilai harganya.
2. Keluarga besar dan semua saudara-saudaraku.
3. Mas Ganesha Ali Aziz yang selama ini memberiku motivasi.
4. Sahabat-sahabat terbaikku, Wiwit Kumala Dewi, Yuanita Oktaviani, Nila Amalia “kalian adalah penyemangatku”, terima kasih atas kebersamaannya.
5. Warga “Kandang 17” yang setia menemaniku selama proses penyelesaian skripsi.
6. Almemater Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas Jember yang kubanggakan.



## MOTTO

“Keputusan adalah hal yang sangat strategis dan dampaknya luas sekali, hanya orang-orang yang berani mengambil resiko yang rela melibatkan diri dalam menentukannya”.<sup>1</sup>



<sup>1</sup> (Soesilo) Irmin, dalam Menuju Puncak Sukses, 2004

## PERNYATAAN

Saya yang bertanda tangan di bawah ini:

Nama : Astri Wulandari

NIM : 0609010292029

Jurusan : Ilmu Administrasi

Program Studi : Administrasi Niaga Sore

Fakultas : Ilmu Sosial dan Ilmu Politik

Menyatakan dengan sebenarnya bahwa skripsi yang berjudul “*Identifikasi faktor-faktor yang mendorong pengambilan keputusan konsumen pada Pemandian 9 Palem Gumuk Kantong Indah Muncar Banyuwangi*” ini, adalah benar-benar hasil karya sendiri, kecuali jika dalam pengutipan substansi disebutkan sumbernya. Saya bertanggung jawab atas keabsahan dan kebenaran isinya sesuai dengan sikap ilmiah yang harus dijunjung tinggi.

Demikian pernyataan ini saya buat dengan sebenarnya, tanpa adanya tekanan dan paksaan dari pihak manapun, serta bersedia mendapat sanksi akademik jika ternyata dikemudian hari pernyataan ini tidak benar.

Jember, 9 November 2010

Yang menyatakan,

Astri Wulandari

NIM. 060910292029

**SKRIPSI**

**IDENTIFIKASI FAKTOR-FAKTOR YANG MENDORONG  
PENGAMBILAN KEPUTUSAN KONSUMEN PADA  
PEMANDIAN 9 PALEM GUMUK KANTONG  
INDAH MUNCAR BANYUWANGI**

Oleh:

Astri Wulandari

NIM. 060910292029

Pembimbing Utama : Drs. Sugeng Iswono, MA

Pembimbing Anggota : Drs. Poerwanto, MA

## PENGESAHAN

Skripsi yang berjudul “Identifikasi Faktor-Faktor Yang Mendorong Pengambilan Keputusan Konsumen Pada Pemandian 9 Palem Gumuk Kantong Indah Muncar Banyuwangi” telah diuji dan disahkan oleh Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik

Universitas Jember pada:

Hari, tanggal : Jumat, 19 November 2010

Tempat : Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas Jember

Tim Penguji:

Ketua,

Sekretaris,

Dra. Sri Wahyuni, M. Si  
NIP 19560409 198702 2 001

Drs. Sugeng Iswono, MA  
NIP 19540202 198403 1 004

Anggota Tim Penguji,

1. Drs. Poerwanto, MA ( )  
NIP 19490715 198403 1 002
2. Drs. Didik Eko Julianto, MAB ( )  
NIP 19610722 198902 1 001
3. Ika Sisbintari, S.Sos, MAB ( )  
NIP 19740207 200501 2 001

Mengesahkan

Dekan,

Prof. Dr. Hary Yuswadi, MA

NIP 19520727 198103 1 003

## RINGKASAN

**Identifikasi Faktor-Faktor Yang Mendorong Pengambilan Keputusan Konsumen Pada Pemandian 9 Palem Gumuk Kantong Indah Muncar Banyuwangi**, Astri Wulandari; 2010; 61 Halaman, Jurusan Ilmu Administrasi, Program Studi Administrasi Niaga (NR), Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas Jember.

Penelitian ini bertujuan untuk mengidentifikasi faktor-faktor yang mendorong pengambilan keputusan konsumen pada Pemandian 9 Palem Gumuk Kantong Indah Muncar Banyuwangi. Penelitian ini menggunakan tipe deskriptif dengan pengambilan sampel yang dilakukan secara Insidental sampling yaitu teknik penentuan sampel berdasarkan kebetulan, yaitu siapa saja yang secara kebetulan/insidental bertemu dengan peneliti dapat digunakan sebagai sampel, bila dipandang orang yang kebetulan ditemui itu cocok sebagai sumber data atau dipilih secara mendadak pada konsumen yang telah berenang di Pemandian 9 Palem Gumuk Kantong Indah Muncar Banyuwangi. Untuk menganalisa data menggunakan tabel frekuensi dan tabel silang (*Crosstab*).

Hasil yang diperoleh berdasarkan tabel frekuensi dan tabel silang (*Crosstab*) dapat diketahui bahwa dalam pengambilan keputusan konsumen berkunjung di Pemandian 9 Palem Gumuk Kantong Indah Muncar Banyuwangi didorong oleh faktor budaya yang terdiri dari hobi, upacara kepercayaan dan upacara keagamaan.



## **PRAKATA**

Dengan memanjatkan puji syukur kehadirat Allah SWT, karena berkat rahmat, ridho serta pertolongan pada akhirnya penulisan Skripsi yang berjudul “ Identifikasi faktor-faktor yang mendorong pengambilan keputusan konsumen pada Pemandian 9 Palem Gumuk Kantong Indah Muncar Banyuwangi.” Adapun maksud dan tujuan dalam penyusunan Skripsi ini sebagai salah satu persyaratan akademik guna memperoleh gelar S.sos pada Ilmu Administrasi Niaga Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas Jember. Keberhasilan dalam Penyusunan Skripsi ini tidak terlepas dari bantuan dan dorongan dari berbagai pihak. Penulis mengucapkan rasa terima kasih yang sebesar-besarnya kepada :

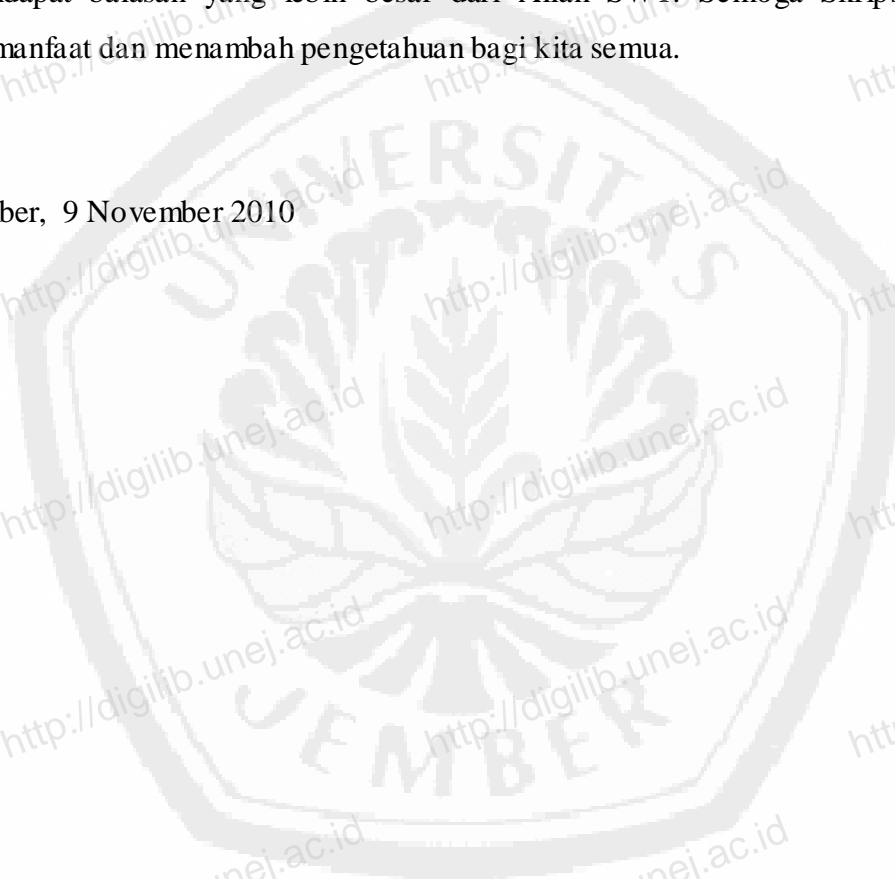
1. Prof. Dr Hary Yuswadi MA, selaku Dekan Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas Jember;
2. Drs. Sasongko, M.Si selaku Ketua Jurusan Ilmu Administrasi Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas Jember;
3. Drs. Poerwanto, MA selaku Ketua Program Studi Ilmu Administrasi Niaga Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas Jember dan Pembimbing Anggota yang telah memberikan perhatian dan kesabaran untuk meluangkan waktu, tenaga, pikiran dalam memberikan bimbingan dan pengarahan yang bermanfaat dalam menyusun skripsi ini;
4. Drs. Sugeng Iswono, MA selaku Dosen Pembimbing utama yang telah memberikan perhatian dan kesabaran untuk meluangkan waktu, tenaga, pikiran dalam memberikan bimbingan dan pengarahan yang bermanfaat dalam menyusun skripsi ini;
5. Segenap Dosen dan karyawan Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas Jember;

6. Seluruh karyawan Pemandian 9 Palem Gumuk Kantong Indah Muncar Banyuwangi yang telah membantu penulis dalam melakukan penelitian.
7. Semua pihak yang telah membantu menyelesaikan laporan ini tidak bisa disebutkan satu persatu.

Semoga bantuan, bimbingan dan pengarahannya serta dorongannya mendapat balasan yang lebih besar dari Allah SWT. Semoga Skripsi ini dapat bermanfaat dan menambah pengetahuan bagi kita semua.

Jember, 9 November 2010

Penulis

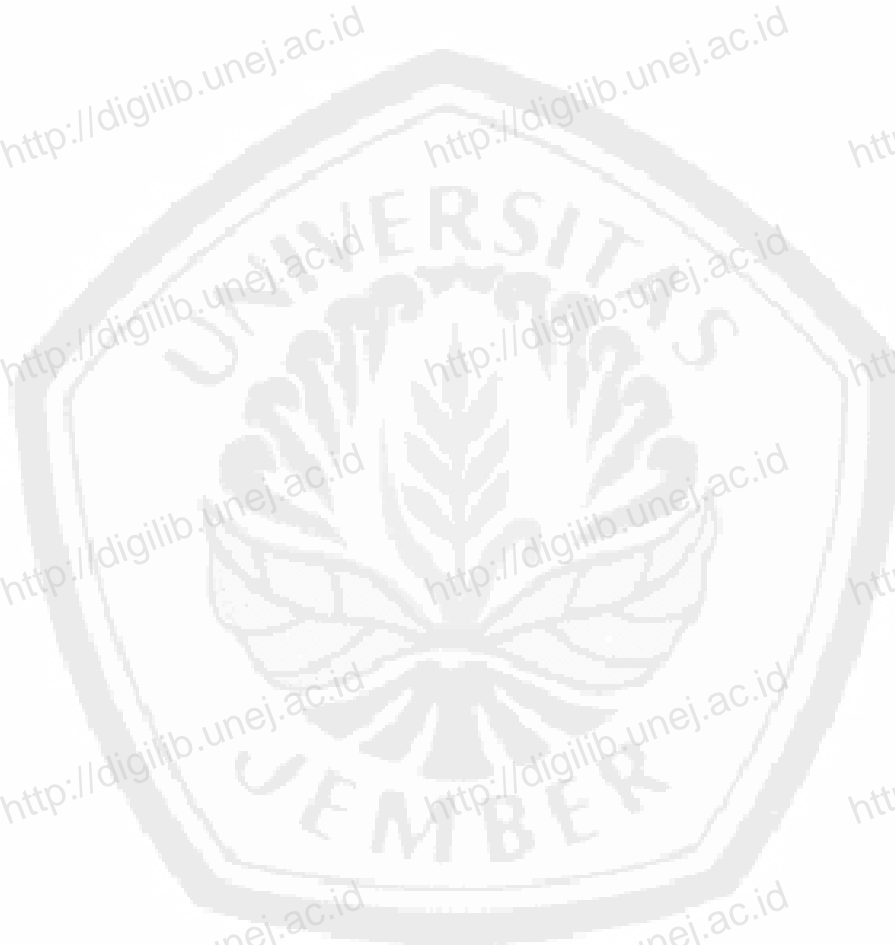


## DAFTAR ISI

	Halaman
<b>HALAMAN JUDUL</b> .....	<b>i</b>
<b>HALAMAN SAMPUL</b> .....	<b>ii</b>
<b>HALAMAN PERSEMBAHAN</b> .....	<b>iii</b>
<b>HALAMAN MOTTO</b> .....	<b>iv</b>
<b>HALAMAN PERNYATAAN</b> .....	<b>v</b>
<b>HALAMAN PEMBIMBINGAN</b> .....	<b>vi</b>
<b>HALAMAN PENGESAHAN</b> .....	<b>vii</b>
<b>RINGKASAN</b> .....	<b>viii</b>
<b>PRAKATA</b> .....	<b>ix</b>
<b>DAFTAR ISI</b> .....	<b>x</b>
<b>DAFTAR TABEL</b> .....	<b>xiv</b>
<b>DAFTAR GAMBAR</b> .....	<b>xv</b>
<b>BAB 1. PENDAHULUAN</b> .....	<b>1</b>
<b>1.1 Latar Belakang</b> .....	<b>1</b>
<b>1.2 Rumusan Masalah</b> .....	<b>5</b>
<b>1.3 Tujuan dan Manfaat Penelitian</b> .....	<b>5</b>
1.3.1 Tujuan Penelitian .....	5
1.3.2 Manfaat Penelitian .....	5
<b>BAB 2. TINJAUAN PUSTAKA</b> .....	<b>7</b>
<b>2.1 Landasan Teori</b> .....	<b>7</b>
2.1.1 Pengertian Pemasaran .....	7
2.1.2 Konsep Pemasaran .....	8
2.1.3 Manajemen Pemasaran .....	9
2.1.4 Pemasaran Jasa.....	10

2.1.5	Jasa .....	16
2.1.6	Prilaku Konsumen .....	18
2.1.7	Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Prilaku Konsumen .....	19
2.1.8	Proses Pengambilan Keputusan Pembelian .....	25
<b>2.2</b>	<b>Penelitian Terdahulu .....</b>	<b>28</b>
<b>BAB 3.</b>	<b>METODE PENELITIAN.....</b>	<b>30</b>
<b>3.1</b>	<b>Metode Penelitian.....</b>	<b>30</b>
<b>3.2</b>	<b>Jenis Penelitian .....</b>	<b>30</b>
<b>3.4</b>	<b>Tahap Persiapan .....</b>	<b>31</b>
<b>3.5</b>	<b>Operasional Konsep.....</b>	<b>34</b>
<b>3.6</b>	<b>Tahap Pengumpulan Data .....</b>	<b>36</b>
<b>3.7</b>	<b>Tahap Pengolah Data .....</b>	<b>37</b>
<b>3.8</b>	<b>Tahap Analisis Data.....</b>	<b>38</b>
<b>3.9</b>	<b>Tahap Penarikan Kesimpulan .....</b>	<b>38</b>
<b>BAB 4.</b>	<b>GAMBARAN UMUM DAN PEMBAHASAN .....</b>	<b>39</b>
<b>4.1</b>	<b>Sejarah Berdirinya Obyek Wisata .....</b>	<b>39</b>
<b>4.2</b>	<b>Sarana Yang Ada Di Pemandian.....</b>	<b>39</b>
<b>4.3</b>	<b>Tarif .....</b>	<b>41</b>
<b>4.4</b>	<b>Struktur Organisasi.....</b>	<b>41</b>
<b>4.5</b>	<b>Aspek Personalia .....</b>	<b>46</b>
<b>4.6</b>	<b>Analisis Data.....</b>	<b>48</b>
4.6.1	Analisis Tabel Frekuensi.....	48
4.6.2	Analisis Tabel silang ( <i>Crosstab</i> ).....	52
<b>4.3</b>	<b>Pembahasan.....</b>	<b>59</b>

<b>BAB 5. KESIMPULAN .....</b>	<b>61</b>
<b>5.1 Kesimpulan .....</b>	<b>61</b>
<b>DAFTAR PUSTAKA</b>	
<b>LAMPIRAN</b>	



## DAFTAR TABEL

	Halaman
Tabel 1.1 Tarif Tiket Masuk Pemandian.....	3
Tabel 3.1 Populasi Pengunjung Pemandian Bulan Juni - Agustus .....	32
Tabel 4.1 Jumlah Tenaga Kerja .....	46
Tabel 4.2 Data Pengunjung Pemandian Bulan Juni - Agustus .....	47
Tabel 4.3 Tabel Frekuensi Faktor Budaya .....	48
Tabel 4.4 Tabel Frekuensi Faktor Sosial .....	49
Tabel 4.5 Tabel Frekuensi Faktor Pribadi.....	49
Tabel 4.6 Tabel Frekuensi Faktor Psikologi.....	50
Tabel 4.7 Tabel Frekuensi Penghasilan .....	50
Tabel 4.8 Tabulasi Silang Faktor Budaya Dengan Penghasilan.....	52
Tabel 4.9 Tabulasi Silang Faktor Sosial Dengan Penghasilan.....	54
Tabel 4.10 Tabulasi Silang Faktor Pribadi Dengan Penghasilan.....	56
Tabel 4.11 Tabulasi Silang Faktor Psikologi Dengan Penghasilan.....	58
Tabel 4.12 Rekapitulasi Faktor- Faktor Pengambilan Keputusan Konsumen Pada Pemandian 9 Palem Gumuk Kantong Indah Muncar Banyuwangi.....	61

## DAFTAR GAMBAR

	Halaman
Gambar 2.1 Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Prilaku Konsumen.....	20
Gambar 2.2 Proses Pengambilan Keputusan Pembelian .....	25
Gambar 4.1 Struktur Organisasi Pemandian 9 Palem Gumuk Kantong Indah Muncar Banyuwangi.....	43

