



**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”.¹

¹ (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 pengarahan semangat 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
HALAMAN JUDUL	i
HALAMAN SAMPUL	ii
HALAMAN PERSEMBAHAN	iii
HALAMAN MOTTO	iv
HALAMAN PERNYATAAN	v
HALAMAN PEMBIMBINGAN	vi
HALAMAN PENGESAHAN	vii
RINGKASAN	viii
PRAKATA	ix
DAFTAR ISI	x
DAFTAR TABEL	xiv
DAFTAR GAMBAR	xv
BAB 1. PENDAHULUAN	1
1.1 Latar Belakang	1
1.2 Rumusan Masalah	5
1.3 Tujuan dan Manfaat Penelitian	5
1.3.1 Tujuan Penelitian	5
1.3.2 Manfaat Penelitian	5
BAB 2. TINJAUAN PUSTAKA	7
2.1 Landasan Teori	7
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
	2.2 Penelitian Terdahulu	28
BAB 3.	METODE PENELITIAN.....	30
	3.1 Metode Penelitian.....	30
	3.2 Jenis Penelitian	30
	3.4 Tahap Persiapan	31
	3.5 Operasional Konsep.....	34
	3.6 Tahap Pengumpulan Data	36
	3.7 Tahap Pengolah Data	37
	3.8 Tahap Analisis Data.....	38
	3.9 Tahap Penarikan Kesimpulan	38
BAB 4.	GAMBARAN UMUM DAN PEMBAHASAN	39
	4.1 Sejarah Berdirinya Obyek Wisata	39
	4.2 Sarana Yang Ada Di Pemandian.....	39
	4.3 Tarif	41
	4.4 Struktur Organisasi.....	41
	4.5 Aspek Personalia	46
	4.6 Analisis Data.....	48
	4.6.1 Analisis Tabel Frekuensi.....	48
	4.6.2 Analisis Tabel silang (<i>Crosstab</i>).....	52
	4.3 Pembahasan.....	59

BAB 5. KESIMPULAN	61
5.1 Kesimpulan	61
DAFTAR PUSTAKA	
LAMPIRAN	

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