RINGKASAN

Dina Indriani,

" Analisis Faktor - Faktor Yaag Mempengaruhi Perilaku Konsumen Dalam Memilih Jasa Tour Dan Travel Pada PT. Annajwa Tours & Travel Medan " Dlbawah bimbingan Bapak Drs. Muslim Wijaya, MSi, sebagai Pembimbing I dan Bapak H. Syahriandy, SE, MSi sebagai Pembimbing II

Perilaku konsumen untuk membeli produk timbul dari adanya rasa puas terhadap jasa Tour dan Travel yang dianggap berkualitas dan cenderung akan memberikan referensi yang baik terhadap jasa Tour dan Travel kepada orang lain. Namun jika konsumen merasa tidak puas, dia dapat mengembalikan jasa Tour dan Travel, atau secara ekstrim bahkan dapat mengajukan gugatan terhadap perusahaan melalui seorang pengacara. Perusahaan jasa angkutan PT. Annajwa Tours & Travel Medan adalah sebuah perusahaan yang bergerak dalam bidang jasa angkutan barang dan orang. Masalah yang dihadapi selama ini diantaranya adalah banyaknya pesaing dengan usaha sejenis sehingga mempengaruhi perilaku konsumen dalam memilih mana jasa Tour dan Travel. Adapun rumusan masalah pada tulisan ini adalah " Apakah Promosi, Kualitas Pelayanan yang ditawarkan PT. Annajwa Tours & Travel Medan sudah sepenuhnya menumbuhkan perilaku konsumen untuk memilih jasa Tour dan Travelnya."

Adapun yang menjadi tujuan penelitian ini adalah:

1. Untuk mengetahui faktor - faktor apa saja yang digunakan perusahaan guna mempengaruhi perilaku konsumen memilih jasa Tour dan Travel pada PT. Annajwa Tours & Travel Medan.
2. Untuk mengetahui masalah - masalah yang timbul dalam proses mempengaruhi konsumen tersebut.

Berdasarkan penelitian yang dilakukan maka ada beberapa faktor yang menjadi pegangan pengusaha dalam melinai perilaku konsumen, sebagai berikut:

1. **Faktor harga**
Faktor Harga merupakan pengorbanan riil dan materiel yang diberikan oleh konsumen untuk memperoleh atau memiliki pelayanan. Responden beranggapan bahwa harga yang ditetapkan perusahaan tergolong masih sesuai.
2. **Faktor Ketersediaan barang**
Faktor ketersediaan barang merupakan sejauhmana sikap konsumen terhadap ketersediaan pelayanan pelayanan yang ada. Konsumen beranggapan bahwa perusahaan tidak pernah kekurangan stok pelayanan yang diinginkan konsumen walapun kebutuhan banyak.
3. **Faktor Merek**
Faktor *Brand / Merek*, merupakan atribut yang memberikan manfaat non materiel, yaitu kepuasan emosional.
4. **Faktor Kualitas,**
Faktor kualitas merupakan atribut pelayanan yang dipertimbangkan dari segi manfaat fisiknya.

Kata Kunci: Perilaku Konsumen, Memilih Jasa Tour & Travel