

**ANALISIS *CONJOINT PAIRWISE-COMPARISON* UNTUK  
MENGETAHUI TINGKAT KEPENTINGAN ATRIBUT JASA BIRO  
PERJALANAN WISATA  
(Studi Kasus Beberapa SMA Negeri di Kabupaten Klaten)**



---

---

**SKRIPSI**

---

---

Oleh:

**GALIH MARASETA WHP**

**24010210120029**

**JURUSAN STATISTIKA  
FAKULTAS SAINS DAN MATEMATIKA  
UNIVERSITAS DIPONEGORO  
SEMARANG**

**2014**

**ANALISIS *CONJOINT PAIRWISE-COMPARISON* UNTUK  
MENGETAHUI TINGKAT KEPENTINGAN ATRIBUT JASA BIRO  
PERJALANAN WISATA  
(Studi Kasus Beberapa SMA Negeri di Kabupaten Klaten)**

**GALIH MARASETA WHP**

**24010210120029**

Skripsi

Diajukan Sebagai Syarat untuk Memperoleh Gelar Sarjana Sains

Pada Jurusan Statistika

**JURUSAN STATISTIKA  
FAKULTAS SAINS DAN MATEMATIKA**

**UNIVERSITAS DIPONEGORO**

**SEMARANG**

**2014**

## HALAMAN PENGESAHAN I

Judul : Analisis *Conjoint Pairwise-Comparison* Untuk Mengetahui Tingkat Kepentingan Atribut Jasa Biro Perjalanan Wisata (Studi Kasus Beberapa SMA Negeri di Kabupaten Klaten)

Nama : Galih Maraseta WHP

NIM : 24010210120029

Telah diujikan pada sidang Tugas Akhir tanggal 13 Mei 2014 dan dinyatakan lulus pada tanggal 28 Mei 2014

Semarang, 30 Mei 2014

Mengetahui,

Ketua Jurusan Statistika

FSM UNDIP,



Dra. Hj. Dwi Ispriyanti, M.Si  
NIP. 1957 09 14 1986 03 2 001

Ketua Panitia Penguji  
Ujian Tugas Akhir,

Triastuti Wuryandari, S.Si, M.Si  
NIP. 197109061998032001

## HALAMAN PENGESAHAN II

Judul : Analisis *Conjoint Pairwise-Comparison* Untuk Mengetahui Tingkat  
Kepentingan Atribut Jasa Biro Perjalanan Wisata (Studi Kasus Beberapa  
SMA Negeri di Kabupaten Klaten)

Nama : Galih Maraseta WHP

NIM : 24010210120029

Telah diujikan pada sidang Tugas Akhir tanggal 13 Mei 2014

Semarang, 30 Mei 2014

Pembimbing I



Yuciana Wilandari, S.Si, M.Si

NIP. 1970 05 19 1998 02 2 001

Pembimbing II



Drs. Sudarno, M.Si

NIP. 1964 07 09 1992 01 1 001

## KATA PENGANTAR

Puji syukur kehadiran Allah Tuhan Yang Maha Esa atas segala limpahan rahmat dan karunia-Nya sehingga penulis dapat menyelesaikan skripsi dengan judul “**Analisis *Conjoint Pairwise-Comparison* Untuk Mengetahui Tingkat Kepentingan Atribut Jasa Biro Perjalanan Wisata (Studi Kasus Beberapa SMA Negeri di Kabupaten Klaten)**”.

Penulis menyadari tanpa bantuan dari berbagai pihak, skripsi ini tidak akan dapat diselesaikan dengan baik. Oleh karena itu pada kesempatan ini penulis ingin mengucapkan terima kasih kepada:

1. Ibu Dra. Dwi Ispriyanti, M.Si selaku Ketua Jurusan Statistika Fakultas Sains dan Matematika Universitas Diponegoro.
2. Ibu Yuciana Wilandari, S.Si, M.Si dan Bapak Drs. Sudarno, M.Si selaku Dosen Pembimbing.
3. Bapak dan Ibu Dosen Jurusan Statistika Fakultas Sains dan Matematika Universitas Diponegoro.
4. Semua pihak yang telah membantu kelancaran penyusunan skripsi ini, yang tidak dapat penulis sebutkan satu persatu.

Penulis menyadari bahwa skripsi ini masih jauh dari kesempurnaan. Sehingga saran dan kritik dari segala pihak yang bersifat membangun sangat penulis harapkan demi kesempurnaan penulisan selanjutnya.

Semarang, Mei 2014

Penulis

## ABSTRAK

Persaingan dalam dunia usaha jasa biro perjalanan wisata dewasa ini semakin ketat. Biro perjalanan wisata adalah usaha yang menyelenggarakan kegiatan wisata dan jasa lain yang terkait dengan penyelenggaraan perjalanan wisata baik dari dalam negeri ke luar negeri maupun dari luar negeri ke dalam negeri. Untuk membantu para pelaku usaha jasa biro perjalanan wisata dalam mengetahui dan memahami preferensi konsumen terhadap kombinasi atribut jasa biro perjalanan wisata dapat digunakan analisis *conjoint*. Pada penelitian ini digunakan analisis *conjoint* dengan menggunakan metode presentasi *pairwise-comparison*. Atribut yang digunakan ada empat yaitu fasilitas bus, fasilitas biro, fasilitas hotel dan makan. Dari hasil analisis didapat hasil bahwa atribut terpenting menurut responden dalam memilih jasa biro perjalanan wisata yaitu atribut makan dengan nilai *relative importance* sebesar 38,02%. Atribut terpenting selanjutnya menurut responden adalah atribut fasilitas bus dengan nilai *relative importance* sebesar 28,46%, atribut fasilitas biro dengan nilai *relative importance* sebesar 19,58%, atribut fasilitas hotel dengan nilai *relative importance* sebesar 13,94%. Kombinasi yang diinginkan responden dalam memilih atau memakai jasa biro perjalanan wisata yaitu jasa biro perjalanan wisata dengan fasilitas bus *wifi*, fasilitas hotel bed besar, fasilitas biro berupa dokumentasi video dan makan prasmanan.

**Kata kunci:** jasa biro perjalanan wisata, preferensi konsumen, analisis *conjoint*, *pairwise-comparison*.

## ABSTRACT

Competition in the business world travel agency today's increasingly stringent. Travel agency is a business that organizes tourist activities and other services related to the operation of the tour both domestically and abroad in a foreign country. To help business people of the travel agency in knowing and understanding consumer preferences on a combination of attributes of a travel agency conjoint analysis can be used. In this study conjoint analysis is used by using presentation method of pairwise-comparison. There are four attributes used in this analysis, they are bus facilities, agency facilities, hotel, and dining facilities. From the results of the analysis that obtained by the respondents, the most important attribute in selecting a travel agency is the dining attribute with a relative importance value of 38,02%. The next most important attribute according to the respondents is the attribute of the bus facility with a relative importance value of 28,46%, attributes agency facilities with a relative importance value of 19,58%, attributes the hotel facilities with a relative importance value of 13,94%. The combination of desired respondents in choosing or use the services of a travel agency is a travel agency with wifi bus facilities, hotel facilities with the large bed, an agency facility of video documentation and a buffet meal.

**Keywords:** travel agency services, consumer preferences, conjoint analysis, pairwise-comparison.

## DAFTAR ISI

	<b>Halaman</b>
HALAMAN JUDUL.....	i
HALAMAN PENGESAHAN I .....	ii
HALAMAN PENGESAHAN II .....	iii
KATA PENGANTAR .....	iv
ABSTRAK .....	v
ABSTRACT .....	vi
DAFTAR ISI .....	vii
DAFTAR GAMBAR .....	ix
DAFTAR TABEL .....	x
DAFTAR LAMPIRAN.....	xi
<b>BAB I PENDAHULUAN</b>	
1.1 Latar Belakang .....	1
1.2 Perumusan Masalah .....	3
1.3 Pembatasan Masalah .....	3
1.4 Tujuan .....	4
<b>BAB II TINJAUAN PUSTAKA</b>	
2.1 Perilaku Konsumen .....	5
2.2 Biro Perjalanan Wisata.....	6
2.3 Wisata Siswa .....	8
2.4 Analisis <i>Conjoint</i> .....	9
2.4.1 Pengertian Analisis <i>Conjoint</i> .....	9
2.4.2 Tujuan Analisis <i>Conjoint</i> .....	11
2.4.3 Tahapan Analisis <i>Conjoint</i> .....	12
2.5 Korelasi Tau Kendall .....	20
<b>BAB III METODOLOGI PENELITIAN</b>	
3.1 Populasi dan Sampel .....	22
3.2 Metode Pengambilan Sampel.....	22
3.3 Variabel Penelitian .....	23



3.4 Metode Pengumpulan Data .....	24
3.5 Metode Analisis Data .....	25
<b>BAB IV HASIL DAN PEMBAHASAN</b>	
4.1 Karakteristik Responden .....	30
4.1.1 Jenis Kelamin .....	30
4.1.2 Umur .....	31
4.2 Analisis <i>Conjoint</i> dengan Metode Presentasi <i>Pairwise-Comparison</i> .....	31
4.2.1 Stimuli yang Terbentuk .....	31
4.2.2 Estimasi <i>Aggregate Rating</i> untuk Masing-masing Stimuli .....	34
4.2.3 Estimasi Parameter Model <i>Conjoint</i> .....	36
4.2.4 Estimasi <i>Part-Worth</i> .....	39
4.2.5 Menghitung <i>Relative Importance</i> .....	45
4.3 Validasi Model <i>Conjoint</i> .....	47
<b>BAB V KESIMPULAN</b> .....	50
<b>DAFTAR PUSTAKA</b> .....	52

## DAFTAR GAMBAR

	<b>Halaman</b>
<b>Gambar 2.1</b> Contoh Stimuli <i>Pairwise-Comparison</i> .....	14
<b>Gambar 3.1</b> Tahapan Analisis Data.....	29
<b>Gambar 4.1</b> Klasifikasi Responden Berdasarkan Jenis Kelamin .....	30
<b>Gambar 4.2</b> Klasifikasi Responden Berdasarkan Umur.....	31
<b>Gambar 4.3</b> <i>Relative Importance</i> untuk Atribut Jasa Biro Perjalanan Wisata ....	46

## DAFTAR TABEL

	<b>Halaman</b>
<b>Tabel 2.1</b> Perbandingan Metodologi <i>Conjoint</i> .....	13
<b>Tabel 2.2</b> Proses Perhitungan Estimasi <i>Part-Worth</i> Responden .....	18
<b>Tabel 2.3</b> Proses Perhitungan <i>Relative Importance</i> .....	19
<b>Tabel 3.1</b> Karakteristik Responden .....	23
<b>Tabel 3.2</b> Atribut Jasa Biro Perjalanan Wisata.....	24
<b>Tabel 3.3</b> <i>Dummy coding</i> pada Atribut Fasilitas Bus .....	26
<b>Tabel 3.4</b> <i>Dummy coding</i> pada Atribut Fasilitas Hotel .....	26
<b>Tabel 3.5</b> <i>Dummy coding</i> pada Atribut Fasilitas Biro .....	27
<b>Tabel 3.6</b> <i>Dummy coding</i> pada Atribut Makan .....	27
<b>Tabel 4.1</b> Kombinasi Stimuli yang Terbentuk dari <i>Orthogonal Arrays</i> .....	32
<b>Tabel 4.2</b> <i>Group I</i> untuk Stimuli yang Memiliki Nomer Ganjil.....	33
<b>Tabel 4.3</b> <i>Group II</i> untuk Stimuli yang Memiliki Nomer Genap.....	33
<b>Tabel 4.4</b> Preferensi <i>Rating</i> Responden .....	35
<b>Tabel 4.5</b> Estimasi <i>Aggregate Rating</i> untuk <i>Group I</i> .....	35
<b>Tabel 4.6</b> Estimasi <i>Aggregate Rating</i> untuk <i>Group II</i> .....	36
<b>Tabel 4.7</b> <i>Aggregate Rating</i> Gabungan .....	36
<b>Tabel 4.8</b> <i>Dummy Coding</i> untuk Masing-masing Level pada Atribut.....	37
<b>Tabel 4.9</b> Output Regresi Statistik .....	38
<b>Tabel 4.10</b> Output SPSS 17.0 untuk Estimasi <i>Part-Worth</i> .....	39
<b>Tabel 4.11</b> Nilai <i>Part-Worth</i> .....	44
<b>Tabel 4.12</b> Nilai <i>Relative Importance</i> .....	46
<b>Tabel 4.13</b> Ranking dari Total Estimasi <i>Part-Worth</i> .....	47
<b>Tabel 4.14</b> Ranking <i>Aggregate Rating</i> .....	48
<b>Tabel 4.15</b> Korelasi Tau Kendall .....	48
<b>Tabel 4.16</b> Statistik Uji Tau Kendall .....	49

## DAFTAR LAMPIRAN

	<b>Halaman</b>
<b>Lampiran 1</b> Kuesioner .....	54
<b>Lampiran 2</b> <i>Output Orthogonal Design</i> dari SPSS 17.0 .....	57
<b>Lampiran 3</b> Hasil Survei Responden untuk Profil <i>Group I</i> .....	58
<b>Lampiran 4</b> Hasil Survei Responden untuk Profil <i>Group II</i> .....	59
<b>Lampiran 5</b> <i>Output</i> Regresi Berganda SPSS 17.0.....	60
<b>Lampiran 6</b> <i>Output</i> Korelasi Tau Kendall dari SPSS 17.0.....	62
<b>Lampiran 7</b> <i>Quantiles Of The Kendall Test Statistic</i> .....	63

# BAB I

## PENDAHULUAN

### 1.1 Latar Belakang

Pada era globalisasi ini dunia usaha atau industri mengalami persaingan yang semakin ketat. Hal tersebut dapat dilihat dalam kehidupan sehari-hari dimana sering dijumpai kegiatan usaha yang menyediakan barang dan jasa. Usaha yang memproduksi barang biasa disebut usaha barang. Untuk usaha jasa, produk dihasilkan dalam bentuk produk-produk layanan. Banyak jenis usaha jasa yang berkembang sekarang ini salah satunya usaha biro jasa perjalanan wisata.

Menurut Ismayanti (2010) Biro Perjalanan Wisata (BPW) atau *tour operator* adalah usaha yang menyelenggarakan kegiatan wisata dan jasa lain yang terkait dengan penyelenggaraan perjalanan wisata baik dari dalam negeri ke luar negeri maupun dari luar negeri ke dalam negeri. Dilihat dari Statistik Jasa Perjalanan Wisata (BPS) tahun 2007-2011, perkembangan Biro Perjalanan Wisata (BPW) dari tahun ke tahun semakin meningkat, sehingga menyebabkan persaingan usaha dalam bidang jasa perjalanan wisata semakin ketat. Ditambah lagi dengan sekarang ini banyak sekolah atau instansi pendidikan yang mengadakan kegiatan rutin *study tour* atau wisata siswa dimana kegiatan tersebut menggunakan jasa dari biro perjalanan wisata. Oleh karena itu, untuk menghadapi persaingan tersebut perusahaan dituntut untuk meningkatkan kualitas, kreativitas serta membuat inovasi-inovasi baru untuk jasa yang dihasilkan guna menarik minat pelanggan atau konsumen. Inovasi harus selalu dilakukan oleh perusahaan

karena pasar selalu bergerak, kompetisi selalu bergerak, dan keinginan konsumen juga selalu bergerak.

Fokus kepada pelanggan atau konsumen merupakan hal yang utama. Perusahaan atau pelaku usaha harus mengetahui keinginan konsumen terhadap barang dan jasa yang dihasilkan agar konsumen dapat bertahan untuk tetap mengkonsumsi produk atau jasa yang ditawarkan. Seperti dilansir dari *Inc.com*, Rabu (6/2/2013), bila Anda adalah seorang pengusaha, tak ada salahnya untuk menyimak keinginan pelanggan yang utama terhadap produk maupun perusahaan anda. Mengetahui keinginan atau preferensi konsumen bisa dilakukan dengan pendekatan guna mengetahui perilaku dan pengetahuan konsumen terhadap barang dan jasa yang ditawarkan.

Menurut Griffin dan Ebert (2006) salah satu alat yang berpengaruh dalam pengambilan keputusan yang berfokus pada pelanggan adalah dengan melakukan riset pasar (*marketing research*) untuk studi mengenai kebutuhan dan keinginan pelanggan serta bagaimana mencari cara-cara terbaik untuk memenuhi kebutuhan tersebut. Ghazali (2006) mengatakan bahwa dalam riset pasar, analisis yang digunakan untuk mengetahui preferensi konsumen yaitu analisis tingkat kepentingan (*conjoint analysis*). Analisis ini dilakukan dengan mengetahui persepsi pelanggan melalui atribut-atribut yang membangun suatu produk atau jasa. Pada analisis *conjoint* terdapat 3 metode yaitu *traditional conjoint*, *adaptive conjoint* dan *choice-based conjoint*. Pada penelitian ini digunakan metode *traditional conjoint* karena metode ini menggunakan simpel additive model yaitu responden mengevaluasi stimuli yang terbentuk dari kombinasi setiap level. Metode *pairwise-comparison* digunakan pada pembuatan kuesioner penelitian

untuk mempresentasikan kombinasi dari seluruh atribut yang akan dievaluasi oleh responden. Metode *pairwise comparison* ini lebih efektif daripada kedua metode penyajian kuesioner lainnya (*full-profile* dan *trade-off*), karena metode ini membandingkan antara dua stimuli dimana responden memberikan rating untuk membandingkan mana stimuli yang paling mewakili preferensi responden dibanding dengan stimuli lainnya. Oleh karena itu penulis tertarik untuk meneliti lebih jauh mengenai preferensi konsumen terhadap jasa biro perjalanan wisata melalui “Analisis *Conjoint Pairwise-Comparison* Untuk Mengetahui Tingkat Kepentingan Atribut Jasa Biro Perjalanan Wisata (Studi Kasus Beberapa SMA Negeri di Kabupaten Klaten)”.

## **1.2 Perumusan Masalah**

Pada penulisan tugas akhir ini, permasalahan yang akan dibahas adalah:

1. Bagaimana preferensi konsumen menggunakan metode *traditional conjoint* dengan metode presentasi *pairwise-comparison*?
2. Atribut apa saja yang berpengaruh terhadap pilihan konsumen dalam menggunakan jasa biro perjalanan wisata?
3. Bagaimana kombinasi atribut jasa biro perjalanan wisata yang diinginkan oleh konsumen beberapa siswa SMA Negeri di Kabupaten Klaten?

## **1.3 Pembatasan Masalah**

Permasalahan dalam penelitian tugas akhir ini dibatasi pada:

1. Responden dalam penelitian ini hanya beberapa siswa SMA Negeri di Kabupaten Klaten.
2. Atribut yang digunakan hanya 4 atribut yaitu atribut fasilitas bus, fasilitas hotel, fasilitas biro dan makan.

#### **1.4 Tujuan**

Tujuan dalam penelitian ini adalah:

1. Menganalisis preferensi konsumen menggunakan metode *traditional conjoint* dengan metode presentasi *pairwise-comparison*.
2. Mengetahui atribut mana dari jasa biro perjalanan wisata yang berpengaruh terhadap pilihan konsumen dalam menggunakan jasa biro perjalanan wisata.
3. Mengetahui kombinasi dari atribut jasa biro perjalanan wisata yang diinginkan oleh konsumen siswa-siswa beberapa SMA Negeri di Kabupaten Klaten.