

INTISARI

Adanya perkembangan wisata MICE membuat PPM Manajemen mengembangkan program *incentive tour* yang dikemas dalam bentuk yang berbeda. Program *incentive tour* yang dibangun oleh PPM Manajemen dikemas dalam sebuah program pelatihan dengan konsep memasukan program pembelajaran kedalam wisata. Rangkaian program ini terdiri dari empat bagian penting yakni; *sharing session, experiential simulation, benchmarking dan cultural exploration*. Dengan penggabungan empat bagian penting diatas dengan wisata membuat program *incentive tour* ini disebut sebagai *learning tour*.

Penelitian ini dilakukan untuk mengetahui strategi yang digunakan oleh PPM Manajemen dan serta mengidentifikasi faktor-faktor yang paling dipertimbangkan saat memilih program *learning tour*. Jenis penelitian ini adalah eksploratif kuantitatif bersifat studi kasus pada *learning tour* dengan melakukan analisa faktor untuk mengetahui apakah benar indikator indikator pembentuk sebuah faktor memang terletak di faktor tersebut atau tidak atau bahkan membentuk suatu faktor baru. Tahapan prosedur yang dilakukan meliputi analisa deskriptif melalui Uji *Kaiser-Meyer-Olkin (KMO)* dan *Bartlett's Test, Extraction dan Rotation*.

Hasil penelitian menunjukkan terdapat tujuh faktor yang paling dipertimbangkan oleh nasabah pada saat memilih program *learning tour* yaitu *Promotion* (Promosi); *Price* (Harga) dan *People Influence* (Pengaruh orang lain); *Product* (Produk); *People* (Karyawan); *Word of mouth* (Informasi Mulut ke Mulut) dan *Supporting Facility* (Fasilitas Pendukung); *Program* (Program); *Information* (Informasi).

Kata Kunci: *Incentive tour, learning tour, analisis faktor, analisa deskriptif, Kaiser-Meyer-Olkin (KMO), Bartlett's Test, Extraction, Rotation dan strategi pemasaran*

ABSTRACT

The development of MICE industry makes PPM Manajemen develops incentive tour program. Incentive tour program established by PPM Manajemen is packaged of training program that combined concept of travel into learning program. The series of the program consists of four main parts namely; sharing session, experiential simulation, benchmarking and cultural exploration. By combining the four main parts above made this incentive tour program called as learning tour.

The research was conducted to determine the strategy that has been run by PPM Manajemen and identify the factors most consider when choosing learning program tour. This research is exploratory and quantitative case study on learning tour with factor analysis to determine whether the indicators forming a factor is located in these factor or not, or even form a new factor. Stages of procedures performed included descriptive analysis via Test Kaiser-Meyer-Olkin (KMO) and Bartlett's Test, Extraction and Rotation.

Results showed there are seven factors that most considered by customers when choosing a learning tour program; Promotion; Price and People Influence; Product; People; Word of mouth dan Supporting Facility; Program; Information.

Keywords: Incentive tour, learning tour, factor analysis, descriptive analysis, Kaiser-Meyer-Olkin (KMO), Bartlett's Test, Extraction, Rotation and marketing strategies