

## **ABSTRACT**

All-inclusive travel (AIT) packages are one of main and featured products of tour operators and travel agencies. However, the demand for AIT products now become smaller as travelers become smarter and more independent in planning their own vacation through Internet assistance. An evaluation of AIT product is needed to refresh and revitalize the product offerings. The objective of this research is to determine whether AIT is a better travel style for vacation against fully independent travel (FIT) style based on the majority of more favorable travel motives between the two travel styles. Through a literature review, a comparative approach was adopted and five similar motivational factors were established.

The proposed research involved collecting data using survey method from a total of 296 valid subjects. Factor analysis was employed for instrument validity. Descriptive statistics were employed for data analysis. Independent t-test was used for hypothesis testing. The findings suggest that AIT style is more favorable than FIT style related to economies of resources and safety and security factors, and less or equally favorable when it comes to relaxation, ease and convenience, and social interaction factors. Conclusively, the study results indicate that AIT is not better than FIT for leisure travel in terms of general travel motives.

From a managerial perspective, suggestions made by this research contribute towards designing AIT product marketing and contents to satisfy travelers. The limitations of the research and suggestions for further research are also discussed.

**Keywords:** all-inclusive travel, independent travel, travel motivation, travel style.

## INTISARI

Paket perjalanan inklusif (*all-inclusive travel/AIT*) adalah salah satu produk utama perusahaan wisata tur dan agen perjalanan. Namun, permintaan terhadap produk ini sekarang semakin berkurang seiring dengan semakin cerdas dan mandiri wisatawan dalam merencanakan sendiri liburan mereka dengan bantuan Internet. Evaluasi produk AIT dibutuhkan untuk revitalisasi penawaran pada produk ini. Tujuan dari penelitian ini adalah untuk mengetahui apakah AIT adalah gaya perjalanan yang lebih baik dibandingkan dengan gaya perjalanan independen (*fully independent travel/FIT*) untuk tujuan liburan berdasarkan banyaknya motif perjalanan yang lebih memuaskan di antara dua gaya perjalanan ini. Berdasarkan tinjauan berbagai penelitian sebelumnya, pendekatan secara komparatif digunakan dan lima faktor motivasi yang memiliki kesamaan disusun sebagai dasar perbandingan dalam penelitian ini.

Penelitian ini menggunakan metode survei untuk mengumpulkan data dari 296 subjek yang valid. Analisis faktor digunakan untuk memeriksa validitas instrumen pengukuran. Statistik deskriptif digunakan sebagai metode analisis data. Uji *t* independen digunakan sebagai instrumen pengujian hipotesis. Hasil penelitian menunjukkan bahwa AIT lebih disukai daripada FIT dalam hal faktor ekonomi sumber daya dan faktor keselamatan dan keamanan, dan kurang disukai atau setara dalam hal faktor relaksasi, kemudahan dan kenyamanan, dan interaksi sosial. Secara keseluruhan, hasil penelitian menyimpulkan bahwa AIT tidak lebih baik daripada FIT sebagai gaya perjalanan untuk tujuan liburan terkait dengan motif-motif mendasar dan sama-sama dimiliki oleh kedua gaya perjalanan ini.

Dari perspektif manajerial, saran yang diusulkan oleh penelitian ini berkontribusi terhadap perancangan produk dan konten pemasaran AIT untuk memuaskan konsumen. Keterbatasan penelitian dan saran untuk penelitian lebih lanjut juga dibahas sebagai bahan pertimbangan.

**Kata kunci:** perjalanan inklusif, perjalanan independen, motivasi perjalanan, gaya perjalanan.