

## ABSTRAKSI

Penelitian ini dimaksudkan untuk mengetahui seberapa besar pengaruh segmentasi pasar secara demografi kota Bandung terhadap pemosisian jasa wisata, dimana penelitian ini dilakukan di PT Surya Budaya Tour and Travel Service. Tujuan dari penelitian ini adalah untuk mengetahui segmentasi pasar potensial untuk produk bisnis perjalanan secara demografis, mengetahui penetapan pasar yang dimiliki oleh PT Surya Budaya Tour and Travel Services, untuk dapat mengetahui aspek demografis yang mempengaruhi pemosisian jasa wisata PT Surya Budaya Tour and Travel Services agar nantinya mampu maju dan berkembang.

Penelitian ini bersifat deskriptif dan eksploratif, untuk penentuan sampel digunakan metode survey dengan tehnik pemilihan sampelnya adalah *purposive probabilitas sampling*. Untuk mengkuantifikasi data kualitatif yang diperoleh dari tahap pengumpulan data akan digunakan adalah *semantic differential scale* dimana responden harus memilih satu dari tiga alternatif antara lain: "ya", "ragu-ragu" dan "tidak". Menggunakan dua konsep untuk mengukur kualitas data, yaitu validitas dan reliabilitas serta analisa data dalam penelitian ini digunakan regresi linear berganda.

Hasil penelitian menunjukkan positioning produk wisata yang dimiliki PT Surya Budaya Tour and Travel Services berada posisi yang cukup kuat, dimana responden yang mengakui kekuatan positioning hanya 60.6% dan yang ragu akan positioning ini sekitar 28.8%, sisanya sebesar 10.7% tidak mengakui positioning produk wisata Surya Budaya Tour and Travel Service. Dalam kata lain secara simultan seluruh variabel demografi berpengaruh terhadap pemosisian jasa wisata, secara parsial hanya berpengaruh terhadap variabel pekerjaan dan pernah atau tidak pernah membeli jasa wisata di PT Surya Budaya Tour and Travel Services.

Disarankan untuk lebih gencar lagi dalam mempromosikan produk wisata yang dimiliki. Demikian juga dalam menarik konsumen menjadi loyal dalam menggunakan jasa Surya Budaya, salah satunya dengan cara mempertahankan pelayanan yang diberikan dan nilai tambah yang dimiliki produk wisata yang dijual.