BAB V
KESIMPULAN DAN SARAN

5.1 Kesimpulan

Berdasarkan penguraian teori, hasil penelitian dengan penyebaran kuisioner, dan pengujian hipotesis yang dilakukan untuk mengetahui pengaruh *Direct Marketing Methods* terhadap keputusan berkunjung tamu rombongan Kampung Gajah Wonderland adalah sebagai berikut:

1. *Direct marketing methods* yang terdiri dalam *direct mail, door to door selling,* dan *telemarketing* berada pada katagori tinggi. Dalam *direct marketing methods*, Sub variabel *direct marketing methods* yang memiliki nilai paling besar adalah *door to door selling*. Hal ini menunjukkan bahwa tamu rombongan Kampung Gajah Wonderland sudah merasa puas dengan pelayanan dari *marketing* Kampung Gajah Wonderland dalam melakukan *door to door selling* karena *marketing* Kampung Gajah Wonderland sangat ramah dan sopan dalam melakukan penawaran melalui *door to door selling*. Sedangkan yang memiliki nilai paling rendah adalah dimensi *direct mail.* Hal ini menunjukkan bahwa metode penawaran melalui *email* kepada pengunjung masih dirasa kurang maksimal karena kurang menariknya penawaran yang di berikan melalui *email* dan kurang lengkapnya informasi yang di berikan kepada tamu, maka ini harus menjadi bahan perbaikan manajemen Kampung Gajah Wonderland.
2. Gambaran mengenai keputusan berkunjung yang terdiri dari *product choice,brand choice, dealer choice, purchase amount, purchase timing, payment methods* berada pada kategori tinggi. Sub variabel keputusan berkunjung yang mendapat perolehan skor paling tinggi yaitu *purchase timing*. Ini menunjukkan bahwa tamu dapat memilih waktu kunjungan saat ada promo diskon di Kampung

Gajah Wonderland. Sehingga memberikan keuntungan lebih kepada tamu saat berkunjung ke Kampung Gajah Wonderland.

3. *Direct marketing methods* berpengaruh terhadap keputusan berkunjung, pengujian penelitian menunjukkan hasil bahwa adanya pengaruh antara *direct marketing methods* dan keputusan berkunjung. Dengan adanya peningkatan dalam *direct marketing methods*, dapat meningkatkan keputusan berkunjung di Kampung Gajah Wonderland.

5.2 Saran

Penelitian ini telah memperoleh hasil temuan dalam penciptaan keputusan tamu rombongan untuk berkunjung oleh analisis *direct marketing methods*, maka penulis mengajukan rekomendasi yang sesuai untuk meningkatkan kinerja perusahaan bersangkutan yang dalam hal ini adalah Kampung Gajah Wonderland. Rekomendasi yang diberikan menyesuaikan pada pembahasan *direct marketing methods* yang dapat dijadikan acuan oleh pihak manajemen Kampung Gajah Wonderland. Berikut beberapa rekomendasi yang dapat diaplikasikan berdasarkan pada temuan penelitian untuk menciptakan keputusan berkunjung yang lebih tinggi.

1. Pelaksanaan *direct marketing methods* hendaknya menggunakan semua faktor yang dimiliki. Dalam hal ini *direct mail* mendapat skor paling rendah karena para tamu rombongan jarang mengecek *email* sehingga metode ini tidak memberi pengaruh terhadap keputusan berkunjung di Kampung Gajah Wonderland dan manajemen harus mengembangkan lagi dengan cara pihak manajemen Kampung Gajah Wonderland harus lebih meningkatkan penawaran kepada tamu rombongan secara lebih baik dan berupaya mengembangkan produk/jasa yang ditawarkan agar lebih menarik tamu rombongan untuk berkunjung.
2. Pelaksanaan *direct marketing methods* perlu lebih mengembangkan *door to door selling* dan *telemarketing* meskipun kedua sub variabel tersebut dalam

kategori tinggi pihak manajemen Kampung Gajah Wonderland perlu mempertahankan dan meningkatkan pelaksanaan sub variabel tersebut agar meningkatkan tingkat kunjungan ke Kampung Gajah Wonderland.

3. Gambaran mengenai keputusan berkunjung yang terdiri dari *product choice, brand choice, dealer choice, purchase amount, purchase timing, payment* berada pada kategori tinggi. Sub variabel keputusan berkunjung yang mendapat perolehan skor paling rendah yaitu *payment method*. Ini menunjukkan bahwa metode pembayaran di Kampung Gajah Wonderland masih terbatas dan belum memudahkan bagi para tamu rombongan yang berkunjung ke Kampung Gajah Wonderland, maka dari itu perlu adanya peningkatan dalam hal metode pembayaran agar memudahkan bagi para tamu rombongan dan hal ini sekaligus salah satu hal dalam memberikan pelayanan yang baik kepada tamu.
4. Dari hasil penelitian ini, pelaksanaan *direct marketing methods* mempunyai pengaruh terhadap keputusan berkunjung di Kampung Gajah Wonderland. Oleh karena itu, secara keseluruhan perusahaan harus lebih mengembangkan *direct marketing methods* sebagai suatu strategi pemasaran, meningkatkan *direct mail, door to door selling,* dan *telemarketing* agar jumlah kunjungan di Kampung Gajah Wonderland lebih meningkat, terutama *direct mail* perlu lebih ditingkatkan karena berada dalam kategori tinggi namun tidak memiliki pengaruh terhadap keputusan berkunjung. *Direct mail* Kampung Gajah Wonderland lebih ditingkatkan dengan cara memberikan penawaran yang menarik, melengkapi informasi dalam *email* penawaran yang dikirimkan supaya lebih menarik tamu rombongan. Lalu agar menguatkan merek Kampung Gajah Wonderland dimata masyarakat. Manajemen Kampung Gajah Wonderland dapat pula melakukan riset mengenai sejauh mana tingkat penilaian konsumen mengenai kualitas produk dan jasa Kampung Gajah

Wonderland , sehingga hasilnya dapat dijadikan bahan pertimbangan dalam merancang program pemasaran.

5. Setiap penelitian tentunya mempunyai kelebihan dan kekurangan tersendiri, begitu juga dengan penelitian ini yang hanya dilihat dari segi pelaksanaan *direct marketing methods* Kampung Gajah Wonderland saja. Maka dari itu diharapkan adanya penelitian lebih lanjut mengenai bagaimana upaya meningkatkan keputusan berkunjung tamu rombongan melalui metode lain seperti *advertising*, promosi dan *personal selling* yang dilakukan oleh Kampung Gajah Wonderland khususnya dalam mempromosikan Kampung Gajah Wonderland.