

BAB V

KESIMPULAN DAN SARAN

5.1 Kesimpulan

Berdasarkan penguraian teori, hasil penelitian dengan penyebaran kuisioner, dan pengujian hipotesis yang dilakukan untuk mengetahui pengaruh *promotions mix* terhadap *sport decision* melalui program yang dilakukan pihak D’Groove Sport and Wellness Center yaitu *promotions mix* dapat diambil kesimpulan sebagai berikut:

1. Gambaran mengenai *promotions mix* yang terdiri dalam *advertising*, *personal selling* dan *sales promotions* berada pada katagori sangat tinggi. Dalam hal ini sub variabel yang mendapatkan penilaian paling tinggi adalah *personal selling* , hal ini karena pada saat melakukan presentasi didepan partisipan *sales person* memberikan kesan baik dengan berbahasa yang sopan serta berpenampilan yang rapi dan menarik sehingga partisipan akan tertarik untuk datang ke D’Groove Sport and Wellness Center setelah semua produk-produk yang telah dipresentasikan dengan jelas dan tepat. Sehingga dapat terciptanya hubungan antara responden dengan D’Groove Sport and Wellness Center untuk datang berulang kali. Sedangkan yang memiliki nilai paling rendah adalah sub variabel *sales promotions*, hal ini karena *sales promotion* cenderung tidak menghasilkan partisipan baru yang berjangka panjang, seperti murah nya *voucher*/diskon yang diberikan membuat partisipan lebih mudah untuk beralih kepada perusahaan yang memberikan *voucher*/diskon yang lebih murah lagi.
2. Gambaran mengenai *sport decision* yang terdiri dari *physical surroundings*, *social surroundings*, *time*, *reason for participations* dan *antecedent states* berada pada kategori tinggi. Indikator *sport decision* yang mendapat perolehan skor

paling tinggi yaitu *time*, dikarenakan partisipan lebih memilih untuk memanfaatkan waktu pada saat *weekend* atau hari libur nasional untuk menjaga kebugaran tubuhnya ke D’Groove Sport and Wellness Center. Dan nilai terendah dimiliki oleh *reason for participations* hal ini dikarenakan yang pertama masih sedikitnya partisipan yang menyukai olahraga *fitness* sebagai kegiatan olahraga untuk menjaga kesehatan tubuh dan partisipan merasa bukan hanya dengan melakukan *fitness* jika ingin untuk menjaga kesehatannya.

3. *Promotions mix* mempunyai pengaruh terhadap *sport decisions*, pengujian penelitian menunjukkan hasil bahwa *promotions mix* yang memiliki tiga sub variabel yaitu *advertising*, *personal selling*, *sales promotions*, dan semua sub variabel tersebut menunjukkan nilai yang signifikan adanya pengaruh antara *promotions mix* dan *sport decisions*. Sub variabel yang memiliki pengaruh yang tinggi yaitu *personal selling*

5.2 Saran

Penelitian ini telah memperoleh hasil temuan dalam penciptaan *sport decision* partisipan oleh analisis *promotions mix*, maka penulis mengajukan rekomendasi yang sesuai untuk meningkatkan kinerja perusahaan yang bersangkutan, dalam hal ini adalah D’Groove Sport and Wellness Center. Rekomendasi yang diberikan menyesuaikan pada pembahasan *promotions mix* yang dapat dijadikan acuan oleh pihak manajemen D’Groove Sport and Wellness Center. Berikut beberapa rekomendasi yang dapat di aplikasikan berdasarkan pada temuan penelitian untuk menciptakan *sport decision* (keputusan konsumsi olahraga) yang lebih tinggi:

1. Dalam pelaksanaan program *promotions mix* hendaknya menggunakan semua factor yang dimiliki, hal ini *sales promotions* berada dalam kategori terendah

karena *sales promotion* cenderung tidak menghasilkan partisipan baru yang berjangka panjang, seperti murah nya *voucher/diskon* yang diberikan membuat partisipan lebih mudah untuk beralih kepada perusahaan yang memberikan *voucher/diskon* yang lebih murah lagi. Dalam hal ini untuk meningkatkan kinerja tim dari *marketing* yaitu harus lebih memfokuskan partisipan baru yang belum mengetahui tentang perusahaan ini sehingga partisipan dapat memanfaatkan *voucher/diskon* tersebut untuk datang ke D'Groove Sport and Wellness Center. Sementara skor kategori tinggi dimiliki *personal selling* karena pada saat melakukan presentasi didepan partisipan *sales person* memberikan kesan baik dengan berbahasa yang sopan serta berpenampilan yang rapi dan menarik sehingga partisipan akan tertarik untuk datang ke D'Groove Sport and Wellness Center setelah semua produk-produk yang telah dipresentasikan dengan jelas dan tepat. Sehingga dapat terciptanya hubungan antara responden dengan D'Groove Sport and Wellness Center untuk datang berulang kali. Pelaksanaan *promotions mix* perlu lebih mengembangkan *advertising*, *personal selling* dan *sales promotion* yang dimana ketiga sub variabel tersebut ada pada kategori sangat tinggi tetapi pihak manajemen D'Groove Sport and Wellness Center harus mempertahankan dan meningkatkan pelaksanaan ketiga sub variabel tersebut agar partisipan melakukan keputusan konsumsi olahraga (*sport decisions*)

2. Gambaran mengenai *sport decisions* yang terdiri dari *physical surroundings*, *social surroundings*, *time*, *reason for participations* dan *antecedent states* berada kategori tinggi, sementara skor terendah dimiliki oleh *reason for participations* dikarenakan yang pertama masih sedikitnya partisipan yang menyukai olahraga *fitness* sebagai kegiatan olahraga untuk menjaga kesehatan tubuh dan partisipan merasa bukan hanya dengan melakukan *fitness* jika ingin untuk menjaga kesehatannya.

3. Dari hasil penelitian ini, pelaksanaan *promotions mix* mempunyai pengaruh yang terhadap *sport decision* di D'Groove Sport and Wellness Center. Oleh karena itu perusahaan harus lebih meningkatkan kegiatan *promotions mix* dengan sub variabel *advertising*, *personal selling* dan *sales promotions* sebagai salah satu strategi pemasaran, terutama harus ditingkatkannya lagi *advertising* karena mempunyai kontribusi rendah, dalam hal ini *advertising* harus mempunyai penawaran yang lebih menarik dan memfokuskan kepada partisipan yang baru. Dalam meningkatkan *advertising* sebagai salah satu bentuk promosi untuk menarik partisipan dalam jangkauan lebih luas sebaiknya D'Groove Sport and Wellnes Center melakukan promosi dengan cara mengiklankan lewat media internet sebagai salah satu cara untuk menarik partisipan sebagai contoh yaitu dari berbagai media jejaring sosial yang pada saat ini sedang tren.
4. Sebagai bahan pertimbangan untuk penelitian selanjutnya dalam hal menciptakan *sport decision* di D'Groove Sport and Wellness Center, disarankan untuk melakukan yang berkaitan tentang *price* atau harga dikarenakan D'Groove Sport and Wellness Center memberikan harga yang relatif tinggi dibandingkan dengan *fitness service* lain sehingga dapat menimbulkan masalah untuk menciptakan *sport decisions*.