

BAB V

KESIMPULAN DAN SARAN

5.1 Kesimpulan

Berdasarkan penguraian teori, hasil penelitian dengan penyebaran kuisioner, dan pengujian hipotesis yang dilakukan untuk mengetahui pengaruh *internet marketing* terhadap *sport decision* paket *outbound* Baskoro Management di Taman Wisata Matahari dapat diambil kesimpulan sebagai berikut:

1. Program *internet marketing* yang dilakukan oleh Baskoro Management termasuk dalam kategori sedang. Internet marketing terdiri dari lima dimensi yaitu *convenience*, *product performance*, *customer service (email)*, *website sensory stimulation* dan *website social interaction functions*. yang memiliki skor paling tinggi dari responden ialah dimensi *Website sensory stimulation* karena perpaduan tema, warna dan struktur yang jelas untuk dilihat responden. membuat calon responden dapat mengambil keputusan konsumsi olahraga paket *outbound* ke Baskoro Management. Sedangkan yang paling rendah ialah dimensi *website social interaction functions*, hal ini karena kurangnya media interaksi yang ditampilkan oleh baskoro Management yang hanya menggunakan *facebook*.
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 *Physical surroundings* dikarenakan paket yang ditawarkan kepada responden dalam indikator ini adalah yang paling banyak dipengaruhi oleh lingkungan fisik seperti fasilitas yang dimiliki Baskoro Management dengan keadaan tempat tersebut sehingga memiliki dampak yang nyata untuk melakukan keputusan konsumsi olahraga. Sedangkan dimensi yang mendapatkan skor paling rendah ialah *Antecedent states* dikarenakan Keadaan psikologis responden itu sendiri yang dapat memotivasi konsumsi olahraga. Kegiatan ini dapat meremajakan tubuh yang

lelah bagi individu untuk dapat memaafkan dirinya sendiri karena kondisi tubuh yang terlalu lelah. Sifat sosial interaktif olahraga ini dapat membantu untuk memotivasi ketika Anda merasa kekurangan energi

3. *Internet marketing* mempunyai pengaruh terhadap *sport decisions*, pengujian penelitian menunjukkan hasil bahwa *internet marketing* yang memiliki lima dimensi yaitu *convenience*, *product performance*, *customer service (email)*, *website sensory stimulation*, *website social interaction functions*. dan semua dimensi tersebut mempunyai signifikansi adanya pengaruh antara *internet marketing* dan *sport decisions*. Sub variabel yang memiliki pengaruh yang tinggi yaitu *website sensory stimulation*

5.2 Saran

Penelitian ini telah memperoleh hasil temuan dalam penciptaan *sport decision* partisipan oleh analisis *internet marketing*, maka penulis mengajukan rekomendasi yang sesuai untuk meningkatkan kinerja perusahaan yang bersangkutan, dalam hal ini adalah *Baskoro Management*. Rekomendasi yang diberikan menyesuaikan pada pembahasan *internet marketing* yang dapat dijadikan acuan oleh pihak *Baskoro Management*. 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 *internet marketing* hendaknya menggunakan semua factor yang dimiliki, hal ini *website social interaction functions* berada dalam kategori terendah karena *website social interaction functions* karena kurangnya media interaksi yang ditampilkan oleh *baskoro Management* yang hanya menggunakan *facebook*. Melihat perkembangan interaksi media sosial alangkah lebih baik *baskoro management* melakukan pembaruan dalam hal tersebut. Sehingga kenyamanan responden saat berinteraksi lebih mudah dan hal tersebut bis mempengaruhi 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 participation* yaitu sebesar 400 hal ini dikarenakan Banyak alasan partisipan untuk berpartisipasi, salah satunya keseriusan olahraga untuk bergerak dengan menentukan kebutuhan olahraganya dengan kondisi pada saat ini.
3. Dari hasil penelitian ini, pelaksanaan *internet marketing* mempunyai pengaruh yang terhadap *sport decision* di *Baskoro Management*. Oleh karena itu perusahaan harus lebih meningkatkan kegiatan *internet marketing* dengan dimensi *convenience, product performance, costumers service (email), website sensory stimulation* dan *website social interaction functions* sebagai salah satu strategi pemasaran, terutama harus ditingkatkannya lagi *website social interaction functions* karena mempunyai kontribusi rendah, dalam hal ini *website social interaction functions* harus diperbarui dan di tambah sehingga lebih menarik dan memfokuskan kepada partisipan yang baru. Dalam meningkatkan *website social interaction functions* sebagai salah satu bentuk dari *internet marketing* untuk menarik partisipan dalam jangkauan lebih luas
4. Penelitian ini terdapat banyak kelemahan dan kekurangan, salah satunya yaitu dalam pengkajian teori *internet marketing* dan *sport decision* yang sedikit. Diharapkan peneliti selanjutnya dapat mengkaji teori-teori lainnya yang berhubungan dengan *internet marketing* dan *sport decision* agar lebih variatif dan lebih efektif