

BAB V

KESIMPULAN DAN REKOMENDASI

5.1 Kesimpulan

Berdasarkan hasil penelitian yang telah dilakukan dengan menggunakan analisa deskriptif dan verifikatif dengan menggunakan regresi berganda antara pengaruh kinerja bauran promosi terhadap keputusan menggunakan paket *outbound* di Ciwangun Indah Camp dapat diambil kesimpulan sebagai berikut:

1. Dari keseluruhan mengenai pelaksanaan kinerja bauran promosi yang dilakukan oleh Ciwangun Indah Camp yang terdiri dari *direct marketing*, *sales promotion* dan *advertising* mendapatkan penilaian tinggi dari para wisatawan. Penilaian tertinggi diperoleh *direct marketing* pada sub variabel ketertarikan wisatawan mendapatkan penawaran/informasi yang diajukan melalui pos yaitu dengan cara mengirimkan proposal secara langsung kepada wisatawan. Dan penilaian terendah yaitu di tempati oleh *sales promotion* yaitu kemenarikan harga diskon yang di berikan karena diskon yang diberikan oleh pihak manajemen CIC tidak menarik.
2. Penilaian wisatawan mengenai keputusan menggunakan paket *outbound* yang terdiri dari pemilihan produk/jasa, pemilihan merek, waktu kunjungan, jumlah kunjungan, metode pembayaran di Ciwangun Indah Camp mendapatkan penilaian yang baik dari wisatawan. Indikator yang mendapat penilaian skor rata-rata tertinggi adalah pemilihan merek yaitu pada sub kemudahan wisatawan dalam menyebut nama merek Ciwangun Indah Camp

dan yang mendapatkan penilaian terendah yaitu jumlah pembelian/berkunjung. Hal tersebut karena paket permainan *outbound* yang ditawarkan masih sama.

3. Terdapat pengaruh yang signifikan antara kinerja bauran promosi terhadap keputusan menggunakan paket *outbound* di Ciwangun Indah Camp.

5.2 Rekomendasi

Berdasarkan hasil penelitian yang dilakukan, maka penulis merekomendasikan beberapa hal mengenai pengaruh kinerja bauran promosi terhadap keputusan menggunakan paket *outbound* di Ciwangun Indah Camp yaitu:

1. Dalam pemberian nama produk yang ditawarkan harus menarik, mudah diingat dan mudah diucapkan oleh para wisatawan.
2. Dalam pemilihan merek wisatawan masih ada yang menjawab kepopuleran nama paket *outbound* dimata wisatawan itu tidak populer bahkan ada pula yang menjawab sangat tidak populer. Hal ini perlu menjadi masukan bagi pihak manajemen Ciwangun Indah Camp yaitu dengan cara lebih gencar lagi dalam melakukan promosi contohnya iklan melalui web seperti Facebook, Twitter harus dilakukan setiap hari agar para wisatawan ingat terhadap iklan yang ditawarkan. hal tersebut karena selain tempatnya yang jauh dalam melakukan promosinya pun harus di perbanyak dan dibuat semenarik mungkin agar para wisatawan tertarik untuk berkunjung ke Ciwangun Indah Camp.

3. Melakukan kerjasama dengan pihak Bank dalam menyediakan sarana pembayaran yaitu melalui kartu kredit dan Debit. Biasanya melakukan kerjasama dengan pihak bank selalu melakukan promo bersama. Dengan adanya metode pembayaran menggunakan kartu kredit maupun debit sehingga dapat mempermudah wisatawan dalam melakukan pembelian dalam jumlah yang banyak. Selain itu sediakan fasilitas ATM bersama apabila wisatawan lupa membawa uang lebih.
4. Ciwangun Indah Camp sebagai jenis wisata *outbound* yang menjual produk utamanya berupa wahana *outbound* harus memiliki strategi untuk menarik minat para wisatawan untuk berkunjung ke Ciwangun Indah Camp, terutama bagi wisatawan yang menggunakan paket *outbound* dengan jumlah pembelian 2.000.000 maka mendapatkan *voucher* menginap 1 hari di villa yang sudah tersedia, selain itu karena kebanyakan wisatawan yang berkunjung yaitu dari kalangan orang dewasa dan waktu berkunjungnya kebanyakan pada hari biasa sedangkan pada hari libur kurang begitu ramai perlu diadakan event-event yang dapat menarik minat para wisatawan yaitu contohnya seperti melakukan acara jalan sehat dengan mengelilingi area Ciwangun Indah Camp, ada juga acara lomba photography yang temanya alam. Tentunya hadiah yang ditawarkannya pun harus menarik.
5. Penulis menyadari bahwa penelitian ini belum sempurna. Hasil penelitian ini belum menjawab tuntas mengenai permasalahan yang terjadi sehubungan dengan keterbatasan pada penelitian ini, maka disarankan untuk mengadakan

Liana Sukmawati, 2013

Pengaruh Kinerja Bauran Promosi Terhadap Keputusan Menggunakan Paket Outbound Di Ciwangun Indah Camp (Survey Pada Wisatawan Yang Memutuskan Menggunakan Paket Outbound)
Universitas Pendidikan Indonesia | repository.upi.edu | perpustakaan.upi.edu

penelitian lanjutan untuk dapat meneliti mengenai *product, price, physical evidence, place, people* dan *process* untuk meningkatkan keputusan menggunakan paket *outbound* di Ciwangun Indah Camp.



Liana Sukmawati, 2013

Pengaruh Kinerja Bauran Promosi Terhadap Keputusan Menggunakan Paket Outbound Di Ciwangun Indah Camp (Survey Pada Wisatawan Yang Memutuskan Menggunakan Paket Outbound)
Universitas Pendidikan Indonesia | repository.upi.edu | perpustakaan.upi.edu