

BAB V

KESIMPULAN DAN REKOMENDASI

5.1 Kesimpulan

Berdasarkan hasil penelitian secara deskriptif dan verifikatif dapat disimpulkan sebagai berikut:

1. Pelaksanaan *promotion mix* di Alam Imajinasi Taman Bunga Nusantara terdiri dari *diret marketing*, *sales promotion*, *advertising*, *interactive/internet marketing*, dan *public relations* memiliki penilaian yang baik dari wisatawan. Sub variabel yang mendapat penilaian skor rata-rata tertinggi adalah *public relations* melalui ketepatan informasi yang diberikan pada saat pameran dengan kenyataannya, dan kemudahan memahami informasi yang disampaikan pada saat pameran sedangkan yang mendapatkan penilaian terendah adalah *sales promotion*.
2. Penilaian wisatawan mengenai keputusan berkunjung yang terdiri dari pemilihan produk/jasa, pemilihan *brand* (merek), waktu kunjungan, metode pembayaran, dan jumlah kunjungan di Alam Imajinasi Taman Bunga Nusantara mendapatkan penilaian yang baik dari wisatawan. Indikator yang mendapat penilaian skor rata-rata tertinggi adalah pemilihan *brand* (merek) melalui pengalaman terhadap merek Alam Imajinasi melalui jasa yang diberikan oleh karyawan sedangkan yang mendapatkan penilaian terendah adalah metode pembayaran.

3. Terdapat pengaruh yang signifikan antara *promotion mix* terhadap keputusan berkunjung di Alam Imajinasi Taman Bunga Nusantara.

5.2 Rekomendasi

Berdasarkan hasil penelitian yang dilakukan, maka penulis merekomendasikan hal-hal berikut:

1. Hasil penelitian yang menunjukkan skor rata-rata terendah dalam *promotion mix* adalah *sales promotion* dimana 48% responden menyatakan ketepatan program paket harga yang ditawarkan kepada wisatawan dengan kenyataannya tidak tepat. Harga yang ditawarkan oleh perusahaan harus sesuai dengan kenyataan ketika wisatawan datang berkunjung. Program *sales promotion* yang ditawarkan harus lebih menarik, kreatif, dan inovatif lagi seperti diskon yang lebih besar di hari libur, paket permainan yang lebih beragam, pemberian *souvenir* yang lebih menarik. Berikut ini adalah program *promotion mix* yang mendapatkan skor terendah:
 - a. *Direct marketing* yang mendapatkan skor terendah adalah kemenarikan isi surat penawaran, maka perusahaan perlu membuat surat yang lebih menarik, kreatif, dan inovatif lagi seperti menyertakan cd interaktif pada surat penawaran. Wisatawan dapat melihat *video* mengenai objek wisata Alam Imajinasi Taman Bunga Nusantara melalui cd interaktif tersebut, sehingga wisatawan akan lebih tertarik lagi.
 - b. *Advertising* yang mendapatkan skor terendah adalah kemenarikan iklan melalui program media televisi. Perusahaan perlu membuat periklanan

yang lebih menarik lagi seperti mengadakan interaksi dengan wisatawan dan membuat iklan di stasiun televisi yang lebih banyak menjangkau pasar sasaran.

c. *Interactive/internet marketing* yang mendapatkan skor terendah adalah kemudahan mengakses *website*. Perusahaan harus mengelola *website* Alam Imajinasi Taman Bunga Nusantara agar *website* tidak mengalami *under recontruction* sehingga dapat mengganggu wisatawan yang ingin mengetahui informasi mengenai Alam Imajinasi Taman Bunga Nusantara melalui *website*.

d. *Public relations* yang mendapatkan skor terendah adalah kemenarikan pameran. Maka perusahaan harus membuat *stand* yang lebih menarik lagi, lebih interaktif ketika menyampaikan pesan kepada wisatawan, dan membuat *event-event* yang dapat menarik wisatawan untuk datang berkunjung ke Alam Imajiansi Taman Bunga Nusantara.

2. Keputusan berkunjung di Alam Imajinasi Taman Bunga Nusantara yang mendapat penilaian skor rata-rata terendah adalah metode pembayaran. Metode pembayaran yang tersedia di Alam Imajinasi Taman Bunga Nusantara perlu ditambah yaitu metode pembayaran dengan menggunakan kartu kredit/debet, sehingga akan lebih memudahkan wisatawan yang ingin melakukan pembayaran dengan menggunakan kartu kredit/debet. Berikut ini adalah keputusan berkunjung yang mendapatkan skor terendah:

a. Pemilihan produk/jasa yang mendapatkan skor terendah adalah keunggulan pelayanan yang diberikan karyawan dibandingkan dengan

kompetitor. Perusahaan perlu meningkatkan pelayanan yang lebih baik lagi yaitu lebih bersikap ramah kepada wisatawan.

- b. Pemilihan *brand* (merek) yang mendapatkan skor terendah adalah pertimbangan atas citra objek wisata di mata masyarakat. Perusahaan dapat meningkatkan citra yaitu dengan pelayanan yang ramah, dan pengembangan produk yang lebih menarik lagi dibandingkan dengan kompetitor.
 - c. Waktu kunjungan yang mendapatkan skor terendah adalah daya tarik berkunjung berdasarkan periode program promosi yang dilaksanakan. Perusahaan perlu melakukan upaya-upaya yang dapat menarik wisatawan untuk datang berkunjung seperti membuat program-program promosi pada musim liburan sekolah, hari raya, ataupun pada saat *event-event* tertentu.
3. Penulis menyadari bahwa penelitian ini belum sempurna. Hasil penelitian ini disadari belum menjawab dengan tuntas mengenai permasalahan yang terjadi sehubungan dengan keterbatasan pada penelitian ini, maka disarankan untuk mengadakan penelitian lanjutan untuk dapat meneliti mengenai *product, price, physical evidence, place, people* dan *process* untuk meningkatkan keputusan berkunjung di Alam Imajinasi Taman Bunga Nusantara.