

BAB V

KESIMPULAN DAN SARAN

5.1 Kesimpulan

Berdasarkan pembahasan penelitian yang telah dilakukan dengan menggunakan analisa deskriptif dan verifikatif dengan menggunakan analisis jalur, antara strategi *positioning* terhadap keputusan berkunjung, maka dapat disimpulkan sebagai berikut:

1. Sebagian responden menyatakan bahwa strategi *positioning* Planetarium dan Observatorium Jakarta yang terdiri dari produk, harga dan saluran distribusi dalam kategori tinggi. Dimensi yang paling dominan adalah saluran distribusi dalam pernyataan kemudahan mengakses informasi Planetarium.
2. Sebagian responden memiliki tingkat keputusan berkunjung tinggi pada Planetarium dan Observatorium Jakarta. keputusan berkunjung terdiri dari pilihan produk/jasa, pilihan pemasok, jumlah pembelian, persyaratan dan waktu berkunjung. Paling dominan adalah persyaratan dan waktu berkunjung, hal tersebut membuktikan bahwa frekuensi pengunjung cukup sering mengunjungi Planetarium dan Observatorium Jakarta. Hal tersebut membuktikan kedatangan rombongan sekolah bebas untuk datang kapan saja baik itu hari liburan sekolah atau pada saat hari biasa. Dalam satu minggu, Planetarium dibuka selama enam hari mulai dari hari selasa sampai dengan hari minggu.

3. Terdapat pengaruh positif antara Strategi *positioning* yang terdiri dari produk, harga dan saluran distribusi terhadap keputusan berkunjung ke Planetarium dan Observatorium Jakarta karena secara keseluruhan nilai t_{hitung} lebih besar dari t_{tabel}

5.2 Saran

Berdasarkan hasil penelitian yang dilakukan, maka penulis menyarankan beberapa hal mengenai pengaruh Strategi *positioning* dalam meningkatkan keputusan berkunjung, yaitu:

1. Pada Strategi *positioning* yang dilakukan oleh Planetarium dan Observatorium Jakarta yang memiliki penilaian terendah adalah kejelasan produk ruang pameran. Saran yang diberikan adalah pihak Planetarium semestinya memberikan kemudahan kepada setiap siswa yang berkunjung tanpa terkecuali dapat menikmati semua produk wahana wisata yang ada di ruang pameran diantaranya materi dalam wujud lukisan, photo, miniatur benda langit, wahana antariksa, dsb. Serta memberikan informasi-informasi, data-data ataupun pengetahuan-pengetahuan baru untuk disampaikan melalui presentasi, visualisasi maupun peragaan untuk menunjang perkembangan ilmu astronomi di Indonesia.
2. Berdasarkan variabel keputusan berkunjung yang mendapatkan kontribusi paling rendah adalah Pilihan produk/jasa berdasarkan Daya tarik jenis wisata *edukasi* dibandingkan jenis wisata lain dan Tingkat keseringan mengunjungi PLMO selama satu tahun sehingga saran yang diberikan kepada pihak planetarium adalah selalu memberikan daya tarik agar para pengunjung dapat melakukan kunjungan ulang sehingga mempertinggi tingkat kunjungan Planetarium dan Observatorium Jakarta. Daya tarik pariwisata yang dimaksud adalah terus

membangun, mengelola wahana pariwisata baik sarana maupun prasarana yang ada di Planetarium, memberikan potongan harga sebesar 20% kepada pengunjung instansi pendidikan bila dalam satu kali kunjungan rombongan yang datang mencapai lebih dari 150 orang, memberikan buku literatur atau stiker untuk souvenir.

3. Planetarium dan Observatorium Jakarta melakukan strategi *positioning* agar lebih diingat dan pemahaman merek di benak pengunjung maupun calon pengunjung tetap tertanam. Strategi *positioning* merupakan strategi yang tepat diambil oleh planetarium karena berdasarkan hasil penelitian ini menyatakan bahwa strategi *positioning* memiliki pengaruh terhadap keputusan berkunjung, maka penulis menyarankan agar planetarium terus melakukan program strategi *positioning* untuk mempertahankan dan meningkatkan jumlah kunjungan.
4. Berdasarkan penelitian ini menyatakan masih banyak terdapat kelemahan yaitu pengetikan yang salah dan pengkajian mengenai teori *positioning* yang masih belum terlalu lengkap beserta teori pendukungnya. Diharapkan agar peneliti selanjutnya dapat mengkaji lebih luas mengenai strategi *positioning* secara mendalam.