

BAB 5

KESIMPULAN DAN SARAN

5.1. Kesimpulan

Berdasarkan hasil dari pembahasan yang telah dilakukan, maka dapat ditarik kesimpulan berdasarkan penelitian yang dilakukan, yaitu sebagai berikut:

1. Konsumen masih memiliki persepsi yang buruk terhadap *marketing mix* yang dilakukan di Ganesha H. Equestarian.
2. Konsumen mengharapkan terdapat fasilitas-fasilitas yang menunjang tempat wisata, memiliki konsep tempat wisata, dan suasana yang menunjang sebagai tempat wisata.
3. Terdapat gap pada unsur *marketing mix* yaitu *product, price, promotion, dan place*.
4. Penerapan strategi yang dibuat berdasarkan harapan konsumen terhadap unsur *marketing mix* di tempat wisata berkuda, seperti terdapat *foodcourt*, kebersihan tempat, promosi melalui berbagai media promosi, dan juga penggunaan lahan kosong dengan maksimal

5.2. Saran

Saran yang dapat diberikan peneliti berdasarkan hasil penelitian ini adalah sebagai berikut:

1. Dari segi produk, dilakukan penambahan fasilitas-fasilitas penunjang tempat wisata seperti *foodcourt* yang memiliki tema *bar koboi* yang menjual berbagai jenis makanan (*Indonesian food, western food, cemilan khas daerah*) dan minuman (minuman panas, minuman dingin, minuman berjahe, minuman bersoda, kopi), wahana permainan anak (memanah, serodotan, *flying fox*, dll.), *spot* untuk berfoto, serta memberikan pelayanan berupa pengadaan pos satpam, petunjuk arah, dan peta kecil hingga training para karyawan di Ganesha H. Equestarian agar memiliki informasi mendalam terhadap fasilitas perusahaan yang bertujuan juga untuk memberikan penerangan keamanan

bagi para konsumen, penggunaan kotak P3K, melatih agar para karyawan memiliki rasa empaty dan cepat tanggap serta dapat memberikan informasi dan membantu menyelesaikan masalah yang konsumen hadapi.

2. Dari segi harga, akan dilakukan penetapan paket-paket wisata berkuda , serta penerapan harga yang sesuai dengan harapan konsumen terhadap setiap fasilitas. Maksimal Rp100.000,00 harga makanan dan minuman untuk setiap orangnya, Rp20.000,00-Rp100.000,00 untuk harga berkuda, dan Rp5.000,00-Rp45.000,00 untuk setiap wahana permainan berbayar. Harga ditetapkan berdasarkan *mark-up* dari harga perolehan serta mengamati harga yang diberikan oleh pesaing.
3. Dari segi promotion, sering melakukan atau mengadakan *event-event* yang menarik (*food festival, art festival, berkuda untuk anak-anak downsyndrome, dll.*), melakukan promosi menggunakan berbagai media promosi dengan gencar seperti menggunakan media sosial (Instagram, Twitter, Facebook), media internet (*website*), media cetak (brosur, koran, spanduk, dll.), pengadaan kartu *priviledge* bagi member berkuda serta SMS untuk menjangkau seluruh target pasar dari Ganesha H. Equestarian.

DAFTAR PUSTAKA

- Allen, S.E. (1998). *Chemical Analysis of Ecological Materials*. Second Edition. London: Blackwell Scientific Publications.
- Anderson, W.A.D. (1985). *Pathology*. Second Edition. USA: The CV Mosby Company
- Assael, Henry. (1998). *Consumer Behavior and Marketing Action 6th edition*. New York: International Thomson Publishing.
- Baker, Gary. (2000). *Marketing Management*. Twelved Edition. New York: MC Graw Hill Inc.
- Cooper, D.R., Emory, C.W. (1995). "Business Research Methods". US: Irwin <https://byronsharp.files.wordpress.com/2008/04/4033.pdf>.
- Engel, James F., Blackwell, Roger D., Miniard, Paul W. (1996). Jilid 2. *Perilaku Konsumen*. (Budiyanto, F.X., penterjemah). Jakarta: Binarupa Aksara.
- Gordon E. Greenley. (1984). "An Understanding of Marketing Strategy". *European Journal of Marketing*. Vol. 18 Iss: 6/7, pp. 90–103.
- Gronroos, Christian. (1990). "Service Management: A Management Focus for Service Competition. International". *Journal of Service Industry Management*. Vol. 1 Iss: 1, pp. 6–14.
- Hill, C.W., M.A. Hitt., R.E. Hoskisson. (1992). "Cooperative versus Competitive Structures in Related and Unrelated Diversified Firms." *Organization Science*. Vol.3, pp.501-521.
- Horovitz, J. (2000). *Seven Secret of Service Strategy*. Great Britain: Prentice-Hall.
- Kotler, P., Bowen, J., Makens, J. (1999). *Marketing for Hospitality and Tourism. Second Edition*. New Jersey: Prentice Hall Inc.
- Kotler, Philip. (2005). Edisi 11. *Manajemen Pemasaran*. (Molan, B., penterjemah). Jakarta: PT. Indeks Kelompok Gramedia.
- Kotler, Philip., Armstrong, Gary. (2012). Edisi 13. *Prinsip-prinsip Pemasaran*. Jakarta: Erlangga.
- Kotler, Philip., Armstrong, Gary. (1997). Edisi 7. *Dasar-Dasar Pemasaran*. (Sindoro, A., penterjemah). Jakarta: Prehalindo.

- Kotler, Philip., Kotler, Keller. (2012). *Marketing Management: Fourteenth Edition*. USA: Pearson Education Asia Pte. Ltd.
- Lovelock, Christopher dan Jochen Wirtz. (2011). *Service Marketing*. New Jersey. USA: Pearson.
- Monroe, Allard C.R., Van Riel et al. (2005). "Marketing Antecedent of Industrial Brand Equity: An Empirical Investigation in Specialty Chemical". *Journal of Industrial Marketing Management*. P.841- 847.
- Nazir. Mohammad. (2011). *Metode Penelitian*. Jakarta: Ghalia Indonesia.
- Pasla, Peter R.Y., Dinata., Sari, I.D. (2004). "Persepsi Masyarakat Surabaya Terhadap Spa Sebagai Sarana Perawatan Kesehatan, Kebugaran, dan Kecantikan". *Jurnal Manajemen dan Kewirausahaan* . p. 82-92.
- Rakhmat, Jalaluddin. (2001). *Psikologi Komunikasi*. Bandung: PT Remaja Rosdakarya.
- Schiffman, Leon G., Kanuk, Leslie Lazar. (2001). *Consumer Behavior: Seventh Edition*. New Jersey: Prentice Hall Inc.
- Sekaran, Uma., Bougie, Robert. (2010). *Research Method for Bussiness*. United Kingdom: John Wiley& Son Ltd.
- Solomon, M.R. 1996. *Consumer Behaviour*. New Jersey: Prentice Hall.
- Stanton, William J. (1994). *Fundamental Of Marketing: Tenth Edition*. Tokyo: McGraw Hill Kogakusha.
- Sugiyono. (2003). *Metodologi Penelitian Administrasi*. Bandung: CV Alfabeta.
- Sugiyono. (2012). *Metode Penelitian Bisnis*. Bandung: CV Alfabeta.
- Swastha, Basu., Handoko, Hani T. (2000). *Manajemen Pemasaran: Analisa Perilaku Konsumen*. Yogyakarta: Liberty.
- Swastha, Basu., Irawan. (2006). *Manajemen Pemasaran Modern*. Yogyakarta: Liberty.
- Tjiptono, Fandy. (2001). *Strategi Pemasaran*. Yogyakarta: Andi.
- Wardiyanta. (2006). *Metodologi Penelitian Pariwisata*. Yogyakarta: Andi.
- Zeithaml, Valarie A., Bitner, M.J. (2000). *Service Marketing*. Singapore: Mc Graw-Hill Companies Inc.