

BAB V

KESIMPULAN DAN SARAN

A. Kesimpulan

Berdasarkan hasil penelitian, analisis data dan perhitungan data atas variabel strategi promosi (advertising, sales promotion, direct marketing, personal selling, dan public relation) terhadap minat penggunaan PT Sakha Holiday Tourist Service sebagai mitra berwisata, dapat disimpulkan sebagai berikut:

1. Ada pengaruh strategi promosi (advertising, sales promotion, direct marketing, personal selling dan public relation) terhadap minat penggunaan Sakha Holiday Tourist Service sebagai mitra berwisata. Hal ini bisa dilihat dari hasil Uji F, dimana nilai Fhitung lebih besar daripada Ftabel, dengan nilai signifikan lebih kecil dari 0.05. Hal ini menunjukkan bahwa Variabel Advertising (X1), Personal Selling (X2), Sales Promotion (X3), Direct Marketing (X4), dan Public Relation (X5) secara bersama-sama berpengaruh signifikan terhadap minat penggunaan Sakha Holiday Tourist Service sebagai mitra berwisata, sehingga menerima hipotesis pertama yang menyatakan bahwa strategi promosi berpengaruh terhadap peningkatan minat penggunaan Sakha Holiday Tourist Service sebagai mitra berwisata.
2. Dari kelima variabel, maka diketahui variabel Sales Promotion (X2) lebih berpengaruh terhadap peningkatan minat penggunaan Sakha

Holiday Tourist Service daripada variabel yang lain, sehingga menerima hipotesis kedua yang menyatakan bahwa Sales Promotion adalah faktor yang paling berpengaruh terhadap peningkatan minat penggunaan Sakha Holiday Tourist Service sebagai mitra berwisata.

3. Saat observasi, peneliti menemukan faktor yang juga berpengaruh terhadap minat penggunaan Sakha Holiday sebagai mitra berwisata yaitu faktor harga, faktor produk, faktor lokasi, kualitas dan kepuasan pelanggan.

B. Saran

Berdasarkan hasil penelitian, pembahasan dan kesimpulan yang diperoleh, maka saran yang dapat diberikan adalah:

1. Bagi Pengelola Sakha Holiday Tourist Service Yogyakarta

Berdasarkan hasil penelitian diketahui bahwa promosi penjualan merupakan faktor dominan yang mempengaruhi minat penggunaan Sakha Holiday Tourist service sebagai mitra berwisata, oleh karena itu pengelola Sakha Holiday Tourist Service Yogyakarta untuk meningkatkan kualitas periklanan nonmedia yang diberikan oleh perusahaan.

2. Bagi Peneliti Selanjutnya

Diharapkan bagi peneliti selanjutnya dapat menjadi referensi guna penelitian lebih lanjut selain variabel advertising, personal selling, sales promotion, direct marketing, dan public relation, sehingga sehingga

minat penggunaan Sakha Holiday Tourist Service sebagai mitra berwisata lebih banyak.

DAFTAR PUSTAKA

- Ali Hasan. *Marketing Dan Kasus-KasusPilihan*. Cetakankertama. Yogyakarta: CAPS.2013
- Djaali. *Psikologi Pendidikan*, Jakarta: Bumi Aksara.2008
- Ghozali, Imam, *Aplikasi Analisis Multivariate Dengan Program SPSS*, Cetakan Empat, Semarang: Universitas Diponegoro. 2005
- Hadi, Sutrisno. *Analisis Regresi*, Yogyakarta:Penerbit Andi.2000
- Jonathan Sarwono. *Metode Penelitian Kuantitatif dan Kualitatif*, Edisi ke-1, Yogyakarta:Graha Ilmu.2006
- Kountur, Ronny. *Metode Penelitian Untuk Penulisan Skripsi dan Tesis*, edisi revisi. Jakarta: PPM.2007
- Mudrajat Kuncoro. *Metode Kuantitatif Teori dan Aplikasi untuk Bisnis dan Ekonomi*, Edisi ke-3, Yogyakarta:STIM YKPN.2007
- Oka A Yoeti. *PengantarIlmuPariwisata*. Cetakankertama. Bandung:Angkasa.1996
- Pengertianbahasa.blogspot.com/2013/2/pengertianpenjualan.html?m=1
www.edutourism.eu.pn
- Sardiman, AM. *Interaksi dan Motivasi Belajar Mengajar*, Jakarta: Rajawali, Pers. 2004
- Sugiyono. *Metode Penelitian Kuantitatif dan Kualitatif dan R & D*, Cetakan ke-19, Bandung:CV.Alvabeta.2011
- Yazid Afandi, *Praktikum Statistik SPSS Versi 17*, Cetakan Pertama, Yogyakarta:Fakultas Syari'ah dan Hukum dan Arti Bumi Intara.2013

DATA PRIBADI

NAMA : LICENSIA ADE KURNIA

TEMPAT / TANGGAL LAHIR : MAGELANG, 12 OKTOBER 1994

STATUS PERKAWINAN : BELUM MENIKAH

NOMOR INDUK MAHASISWA : 412100225

ALAMAT ASLI : GENDENG GK IV / 974
GONDOKUSUMAN, YOGYAKARTA

ASAL SLTA / TAHUN : SMIP WIYASA MAGELANG / 2012

NAMA ORANG TUA : ENDANG HARTATI

NOMOR TELEPHON : 089646318210

DOSEN PEMBIMBING

1. MATERI : Ali Hasan SE.M.M

2. PENULISAN :

PEMBIMBING AKADEMIK :

JUDUL LAPORAN : STRATEGI PROMOSI DALAM
MENINGKATKAN MINAT
PENGUNAAN SAKHA HOLIDAY
TOURIST SERVICE SEBAGAI MITRA
BERWISATA

INDEX PRESTASI :

BIDANG KOMPETENSI :

JUDUL UNIT : Bekerjasama dengan kolega, menyediakan layanan makanan dan minuman, room service, mengembangkan pengetahuan makanan dan minuman, menyediakan penghubung dapur dan area

NAME :

AGE :

Please mark (√) these following statements based on your opinion on the provided space.

4 = Truly Agree

3 = Agree

2 = Disagree

1 = Truly Disagree

No	Indicator	4	3	2	1
1	Advertisement issued by Sakha Holiday is interested and understandable.				
2	The choice official media (picture, design, colour) shown in the promotion is affected to the customer.				
3	Advertisement in the form of brosur by Sakha Holiday is a mean to clarify the customer.				
4	The hospitality Sakha Holiday staff is good.				
5	Communication ability of Sakha Holiday staff is easy to understand.				
6	Sakha Holiday staff easy to understand to answer the customer question.				
7	Sakha Holiday give free service to go and back to hotel.				
8	Sakha Holiday give souvenir to customer.				
9	To attract customer, Sakha Holiday give discount for certain occasion for weekend, Christmast, New Year, etc.				

10	As a means of socialitation Sakha Holiday make some event for surrounding.				
11	Sakha Holiday helps some reconstruction infrastructure in some place.				
12	In cooperating with some institution and organization, Sakha Holiday give some sponsorship for events.				
13	Sakha Holiday cooperate with some tour industries out of Jogja by sending information via email.				
14	Sakha Holliday is suggested to apply door to door system for promotion.				
15	Sakha Holiday issued information via internet website in order to accessed client from other countrys.				
16	Happy for joining Sakha Holiday.				
17	I'm interested in every facilities depend by Sakha Holiday				
18	I got positive benefit after joining Sakha Holiday.				