

BAB V

KESIMPULAN DAN SARAN

A. Kesimpulan

Berdasarkan data-data yang telah didapatkan, maka dapat ditarik kesimpulan bahwa:

1. Penggunaan tema Edupark dimaksud untuk memberikan suatu *benefit* baru, dikarenakan kebanyakan objek wisata di Jogja lebih tertuju ke wisata alam maupun budayanya. Melalui kehadiran SKE diharapkan muncul nuansa baru untuk wisata Jogja.
2. Implementasi edukasi di SKE dianggap kurang optimal meskipun di SKE sudah tersedia beberapa produk yang dapat mencerminkan edukasi.
3. Pengunjung mengetahui tentang tema yang digunakan SKE ketika mereka berkunjung dan diberikan pertanyaan terkait dengan tema. Menurut data yang didapat, hampir setengah dari jumlah responden mengatakan bahwa tema yang digunakan cukup menarik untuk dikembangkan. Mereka juga berpendapat bahwa SKE sudah mempunyai produk yang berkaitan dengan edukasi, tetapi dalam implementasinya kurang sesuai. Hal ini juga didukung dari pendapat pengunjung bahwa mereka tidak mendapatkan unsur edukasi padahal tema yang digunakan adalah edukasi.

B. Saran

1. Pihak SKE harus memperhatikan konsep atau tema yang diambil, hal ini dimaksud agar pengunjung yang mengetahui tema Edupark sebelum berkunjung tidak merasa kecewa karena unsur edukasi yang didapat dianggap kurang terimplementasi kurang baik.
2. *Marketing&Sales* Department harus bekerjasama dengan staff wahana agar ikut membantu dalam realisasi unsur edukasi yang telah diterapkan

DAFTAR PUSTAKA

- Afianka Maunaza. 2012. “Pengaruh Brand Image Terhadap Minat Beli Konsumen (Studi Kasus Pada Maskapai Penerbangan Lion Air Sebagai Low Cost Carrier)”. (<http://lib.ui.ac.id/opac/ui/detail.jsp?id=203084440&lokasi=lokal>). Diakses 20 Januari 2017)
- Ali Hasan. 2013. *Marketing Dan Kasus-Kasus Pilihan*. Yogyakarta: CAPS
- _____. 2015. *Tourism Marketing*. Yogyakarta: CAPS
- Auditya Herdana. 2015. “Analisis Pengaruh Kesadaran Merek Pada Produk Asuransi Jiwa Prudential Life Assurance”. *Jurnal Riset Bisnis Dan Manajemen*, Vol. 3. No. 1 (ejournal.unsrat.ac.id diakses 20 januari 2017)
- Bambang Sunaryo. 2013. *Kebijakan Pembangunan Destinasi Pariwisata*. Yogyakarta: GAVA MEDIA
- Creswell, John. 2010. *Research Design Pendekatan Kualitatif, Kuantitatif, dan Mixed Method*. Yogyakarta: Pustaka Pelajar
- Fandy Tjiptono & Gregorius C. 2012. *Pemasaran Strategis*. Yogyakarta: Andi Offset
- Fandy Tjiptono. 2008. *Strategi Pemasaran* Yogyakarta: Andi Offset
- _____. 2014. *Pemasaran Jasa: Prinsip, Penerapan, dan Penelitian*. Yogyakarta: Andi Offset
- _____. 2015. *Strategi Pemasaran*. Yogyakarta: Andi Offset
- Freddy Rangkuti. 2014. *Analisis SWOT: Teknik Membedah Kasus Bisnis (Cara Perhitungan Bobot, Rating, dan OCAI)*. Jakarta: PT Gramedia Pustaka Utama
- Gugup Kismono. 2011. *Bisnis Pengantar*. Yogyakarta: BPFE
- Intan Fauzia. 2009. *Kajian Terhadap Makna Tema Dalam Waterpark (Studi Kasus: Atlantis Water Adventures, Ancol)*. (lib.ui.ac.id>file diakses 23 Desember 2016)
- I Gde Pitana. 2010. *Sosiologi Pariwisata*. Yogyakarta: Andi Offset

- Iwan Purwanto. 2008. *Manajemen Strategi*. Bandung: Yrama Widya
- Kotler, Philip. 2007. *Marketing Manajemen, Marketing Analysis, Controlling*. Edisi Bahasa Indonesia (Terjemahan Benyamin Molan). Jakarta: Salemba Empat
- Kotler, P & G. Armstrong. 2008. *Prinsip-prinsip Pemasaran jilid Satu*. Jakarta : Erlangga.
- _____. 2009. *Prinsip-prinsip Pemasaran jilid Satu*. Jakarta : Erlangga.
- Kotler, P & K.Keller. 2007. *Manajemen Pemasaran jilid dua*. Jakarta : Erlangga
- _____. 2009. *Manajemen Pemasaran jilid dua*. Jakarta : Erlangga
- _____. 2012. *Marketing Management*. Jakarta : PT.Indeks
- Malayu Hasibuan. 2007. *Manajemen Sumber Daya Manusia*. Jakarta: PT. Bumi Aksara
- Mudrajad Kuncoro. 2010. *Masalah, Kebijakan dan Politik, Ekonomika Pembangunan*. Jakarta: Erlangga
- Risda Seftiani. 2014. “*Pengaruh Brand Image, Kualitas Produk Terhadap Brand Preference dan Implikasinya Terhadap Minat Loyalitas (Studi Pada Konsumen The Body Shop di Kota Semarang)*”. (eprints.undipac.id>07_SEFTIANI diakses 20 Januari 2017)
- Sofjan Assauri. 2014. *Manajemen Pemasaran: Dasar, Konsep dan Strategi*. Jakarta: RajaGrafindo
- Sugiyono. 2014. *Metode Penelitian Kuantitatif Kualitatif Dan R&D*. Bandung: Alfabeta.
- _____. 2016.
- _____. 2015. *Memahami Penelitian Kualitatif*. Bandung: Alfabeta
- Supranto. 2011. *Pengukuran Tingkat Kepuasan Pelanggan*. Jakarta: Rineka Cipta
- Undang-Undang Nomor 10 Tahun 2009 Tentang Kepariwisataaan*. Jakarta. 2009



Sales Call Ke Sekolah



Promo SKE di TK (SKE sebagai Sponsor)

Kegiatan *Outbound* Anak-Anak TK di SKE

Stand SKE di JCM





Stand SKE di JCM



Shooting FTV di SKE

