

BAB IV

PENUTUP

A. Kesimpulan

Berdasarkan hasil penilitan dari analisis keputusan pembelian dalam pemilihan jasa wisata di *Snowbay Waterpark* TMII, Jakarta, maka peneliti dapat memberikan beberapa kesimpulan sebagai berikut:

Hasil penelitian diketahui sebagaimana besar dari responden *Snowbay Waterpark* TMII berjenis kelamin laki-laki sebesar 73 persen, dengan usia yang datang berkisar antara 18 sampai 24 tahun sebesar 47 persen, dengan pendidikan terakhir sebagian besar SMA/SMK sebesar 72 persen, dengan pekerjaan sebagian besar pelajar/mahasiswa sebesar 46 persen. Proses pengambilan keputusan pembelian jasa wisata *Snowbay Waterpark* TMII. Pada tahap pengenalan kebutuhan diketahui bahwa tujuan utama memilih dan berkunjung ke jasa wisata *Snowbay Waterpark* TMII adalah wahana/permainan sebesar 63 persen dan manfaat utama memilih dan berkunjung ke jasa wisata *Snowbay Waterpark* TMII adalah hiburan sebesar 100 persen. Pada proses pencarian informasi diketahui bahwa sumber informasi yang paling besar didapatkan oleh responden adalah anggota keluarga/teman sebesar 68 persen dan fokus perhatian tentang *Snowbay Waterpark* TMI adalah wahana/permainan air sebesar 74 persen. Pada proses evaluasi alternatif yang menjadi pertimbangan konsumen dalam memilih dan berkunjung ke *Sowbay Waterpark* TMII adalah wahana/permainan air sebesar 54 persen. Pada proses pembelian sebagian besar responden memilih dan berkunjung ke *Snowbay Waterpark* TMII mengaku mereka merencanakan sebelumnya untuk melakukan kunjungan sebesar 83 persen, pihak yang mempengaruhi untuk memilih dan berkunjung

adalah teman/kolega sebesar 65 persen, pihak yang menemani memilih dan berkunjung adalah teman/kolega sebesar 54 persen, hari untuk berkunjung adalah hari libur sebesar 51 persen, pengeluaran biaya yang mereka habiskan selama di *Snowbay Waterpark* TMII adalah Rp. 100.000-Rp. 250.000 sebesar 64 persen, dan jenis wahana yang sering dikunjungi di *Snowbay Waterpark* TMII adalah *Hurricane* sebesar 42 persen.

B.Saran

Setelah diperoleh kesimpulan dari hasil penelitian ini, maka dapat diberikan beberapa saran yang berkaitan dengan pembahasan yang telah dikemukakan dalam penelitian ini, yaitu sebagai berikut :

- a) Pada pencarian sumber informasi, pengelola *Snowbay Waterpark* TMII harus meningkatkan promosi seperti media cetak dan media elektronik disertai meningkatkan wahana/permainan air dan fasilitas yang ada di *Snowbay Waterpark* TMII. Dengan cara ini diharapkan konsumen akan tertarik untuk berkunjung ke *Snowbay Waterpark* TMII.
- b) Informasi yang bersifat mulut ke mulut (*word of mouth*) sangat besar dampaknya terhadap pemasaran dibandingkan dengan aktivitas komunikasi lainnya. Oleh karena itu, pelayanan harus diikuti dengan kualitas yang baik. Jangan sampai ada konsumen kecewa karena apa yang mereka rasakan tidak sama dengan informasi yang diterima.
- c) Pengelola *Snowbay Waterpark* TMII Memberikan *discount* khusus kepada konsumen yang berhasil menarik konsumen baru untuk berkunjung ke *Snowbay Waterpark* TMII.
- d) Disarankan agar penelitian dapat dimanfaatkan sebagai rujukan dalam melakukan penelitian berikutnya terutama mengenai proses keputusan pembelian dengan mengembangkan variabel yang lebih luas.