

BAB IV

PENUTUP

Pada bab IV disajikan kesimpulan dan saran dari penelitian mengenai pengaruh promosi, tarif, dan kualitas pelayanan terhadap keputusan berkunjung (studi pada pengunjung *Plaplay Indoor Theme Park* Kota Semarang) yang diharapkan dapat memberikan manfaat bagi pihak perusahaan *Setiawan Group*.

4.1 Kesimpulan

Dari hasil penelitian terhadap 100 responden berkaitan dengan pengaruh promosi, tarif, dan kualitas pelayanan terhadap keputusan berkunjung (studi pada pengunjung *Plaplay Indoor Theme Park* Kota Semarang), maka dapat ditarik kesimpulan sebagai berikut:

1. Variabel promosi (X_1) mempunyai pengaruh positif terhadap keputusan berkunjung (Y). Hal ini dibuktikan dengan perhitungan dimana t hitung (4,70) > t tabel (1,6606). Hal tersebut menunjukkan bahwa semakin memadai promosi, maka akan semakin tinggi pula keputusan berkunjung. Variabel promosi memberi kontribusi pengaruh terhadap variabel keputusan berkunjung sebesar 18,4%. Variabel promosi termasuk dalam kategori cukup memadai, namun ada beberapa indikator yang masih di bawah skor rata-rata yaitu, ketepatan frekuensi pemasangan iklan, kemenarikan isi iklan, dan ketepatan frekuensi promosi penjualan.
2. Variabel tarif (X_2) mempunyai pengaruh positif terhadap keputusan berkunjung (Y). Hal ini dibuktikan dengan perhitungan dimana t hitung (6,081) > t tabel (1,6606). Hal tersebut menunjukkan bahwa semakin memadai tarif,

maka akan semakin tinggi pula keputusan berkunjung. Variabel tarif memberi kontribusi pengaruh terhadap variabel keputusan berkunjung sebesar 27,4,4%. Variabel tarif termasuk dalam kategori memadai, namun ada satu indikator yang di bawah skor rata-rata yaitu, perbandingan tarif *Plaplay Indoor Theme Park* dengan jasa lain sejenis.

3. Variabel kualitas pelayanan (X_3) mempunyai pengaruh positif terhadap keputusan berkunjung (Y). Hal ini dibuktikan dengan perhitungan dimana t hitung (9,266) > t tabel (1,6606). Hal tersebut menunjukkan bahwa semakin baik kualitas pelayanan, maka akan semakin tinggi pula keputusan berkunjung. Variabel kualitas pelayanan memberi kontribusi pengaruh terhadap variabel keputusan berkunjung sebesar 46,7%. Variabel kualitas pelayanan termasuk dalam kategori baik, namun ada enam indikator yang di bawah skor rata-rata yaitu, kemenarikan interior dan eksterior ruangan, keamanan wahana bermain, kualitas fasilitas wahana bermain, kejelasan dan kemudahan informasi oleh *Customer Service* untuk dipahami, kecepatan pelayanan petugas, dan ketanggapan petugas pada kebutuhan pengunjung.
4. Variabel promosi, tarif, dan kualitas pelayanan secara bersama-sama berpengaruh positif terhadap variabel keputusan berkunjung. Hal ini dibuktikan dengan f hitung (41,137) lebih besar dari f table (3,09). Hal tersebut menunjukkan bahwa semakin baik promosi, tarif, dan kualitas pelayanan maka akan semakin baik keputusan berkunjung. Variabel promosi, tarif, dan kualitas pelayanan secara bersama-sama memberi kontribusi keputusan berkunjung sebesar 56,2%. Variabel keputusan berkunjung termasuk dalam kategori

cukup baik, namun ada tiga indikator yang di bawah skor rata-rata yaitu, kecepatan dalam memperoleh informasi mengenai objek wisata, kecepatan untuk memutuskan objek sebagai pilihan wisata, dan pilihan sebagai objek wisata mendatang.

4.2 Saran

1. Meskipun promosi yang diterapkan *Plaplay Indoor Theme Park* Kota Semarang sudah tergolong cukup, namun alangkah lebih baiknya jika pemasangan iklan dilakukan dengan memanfaatkan media Youtube dan Instagram untuk iklan dengan materi bernuansa anak muda, dan ditayangkan minimal satu minggu dua kali setiap akhir minggu, sehingga iklan akan lebih sering dilihat orang, membuat iklan yang lebih singkat dengan durasi 30 detik atau kurang sehingga tidak membosankan, karena mayoritas permainan ditujukan pada usia anak-anak/pelajar/mahasiswa maka desain iklan bisa dibuat lebih santai dengan menampilkan orang yang sedang bermain di *Plaplay*, iklan berisi diskon yang ditawarkan *Plaplay*, serta menampilkan wahana yang paling menarik dalam iklan seperti 5D. Promosi penjualan sebaiknya dilakukan saat menjelang hari libur sampai akhir libur, sehingga pengunjung sudah mengetahui promosi yang ditawarkan *Plaplay* sebelum liburan tiba.
2. Peningkatan kualitas fasilitas yang mendukung kenyamanan dengan memberikan penanda arah ke lokasi taman bermain dan fasilitas penunjang diperjelas karena lokasi menjadi satu dengan hotel. Kualitas layanan informasi dan ketepatan waktu pemrosesan pembelian tiket ditingkatkan dengan

memberikan SOP yang jelas pada karyawan, serta meningkatkan kebersihan dengan menambah jumlah petugas kebersihan disetiap lantai dan pengecekan kebersihan berkala setiap jam di jam operasional gedung. Mengadakan layanan informasi disetiap lantai, sehingga memudahkan pengunjung untuk bertanya atau mendapatkan informasi. Pengecekan wahana setiap hari sebelum dan sesudah wahana dibuka serta diberikan perawatan berkala pada wahana sesuai dengan peraturan perawatannya masing-masing, dan pengecekan wahana sebelum akan dimainkan oleh pengunjung, sehingga meningkatkan rasa aman pengunjung. Dengan ditingkatkannya kualitas pelayanan diatas diharapkan tarif yang diberlakukan oleh *Plaplay* dapat dirasa lebih memadai.