

BAB V

PENUTUP

5.1. Kesimpulan

Berdasarkan hasil penelitian dan pengujian hipotesis, maka dapat diambil kesimpulan sebagai berikut:

1. Hasil penelitian membuktikan bahwa kualitas layanan berpengaruh positif dan signifikan terhadap kinerja pemasaran jasa *tour and travel* di Daerah Istimewa Yogyakarta dan Jawa Tengah di masa pandemi covid-19.
2. Harga tidak berpengaruh signifikan terhadap kinerja pemasaran jasa *tour and travel* di Daerah Istimewa Yogyakarta dan Jawa Tengah di masa pandemi covid-19.
3. Promosi tidak berpengaruh signifikan terhadap kinerja pemasaran jasa *tour and travel* di Daerah Istimewa Yogyakarta dan Jawa Tengah di masa pandemi covid-19.
4. Bauran pemasaran yang terdiri dari kualitas layanan, harga dan promosi secara simultan berpengaruh positif dan signifikan terhadap kinerja pemasaran jasa *tour and travel* di Daerah Istimewa Yogyakarta dan Jawa Tengah di masa pandemi covid-19.

5.2. Keterbatasan Penelitian

Keterbatasan dalam penelitian ini adalah sebagai berikut :

1. Dalam penelitian ini hanya menggunakan tiga bauran pemasaran yang meliputi kualitas layanan, harga, dan promosi sedangkan masih ada variabel bauran pemasaran lainnya yang dapat mempengaruhi kinerja pemasaran, seperti: *place, process, people dan physical evidance*.
2. Sampel penelitian masih terbatas pada 100 perusahaan *tour and travel* yang berada di wilayah Daerah Istimewa Yogyakarta dan Jawa Tengah, sehingga pada penelitian ini belum dapat digeneralisir sebagai gambaran kondisi kinerja pemasaran *tour and travel* secara umum.

5.3. Saran

Berdasarkan penelitian yang telah dilakukan peneliti seperti uraian diatas, dengan hasil penelitian tersebut peneliti memberikan saran sebagai berikut :

1. Kinerja pemasaran pada perusahaan *tour and travel* di wilayah Daerah Istimewa Yogyakarta dan Jawa Tengah dapat meningkat apabila dilakukan dengan penerapan bauran pemasaran yang baik. Oleh karena itu disarankan kepada perusahaan *tour and travel* di wilayah Daerah Istimewa Yogyakarta dan Jawa Tengah agar dapat meningkatkan kualitas layanan dengan bersikap ramah dan sopan kepada konsumen dengan merekrut *tour leader* tetap dan memberikan pelatihan *hospitality* agar dalam melaksanakan

tugasnya di lapangan seorang *tour leader* dapat memberikan layanan yang memuaskan.

2. Dari segi harga hal yang perlu dilakukan agar kinerja pemasaran semakin meningkat adalah dengan menetapkan harga secara tepat sesuai dengan kualitas layanan yang diberikan, karena untuk paket wisata *study tour* biasanya pihak sekolah mempunyai permintaan tersendiri, sehingga harga yang diberikan antar sekolah berbeda-beda. Strategi dalam penetapan harga dapat dilakukan dengan beberapa strategi, yaitu : penetapan harga tersegmentasi, penetapan harga promosi dan penetapan harga dinamis.
3. Dari segi promosi yang perlu dilakukan agar kinerja pemasaran semakin meningkatkan adalah dengan melakukan kegiatan promosi secara kreatif dan efektif sesuai target pasar yang dituju, karena adanya kegiatan promosi akan meningkatkan jumlah penjualan pada perusahaan *tour and travel*. Cara untuk memaksimalkan kegiatan promosi yang dapat dilakukan pada masa pandemi covid-19 adalah dengan membuat website, menggunakan media sosial, dan *sales promotion*.