

Promosi sebagai salah satu unsur marketing mix dan peranannya dalam peningkatan penjualan perusahaan yang bergerak dalam industri jasa rekreasi dan kepariwisataan : studi kasus pada Dunia Fantasi Taman Impian Jaya Ancol

Reza Suriانشa, author

Deskripsi Lengkap: <https://lib.ui.ac.id/detail?id=20184060&lokasi=lokal>

Abstrak

Industri yang bergerak dalam bidang rekreasi dan kepariwisataan terutama yang dikota-kota besar saat ini telah menjadi suatu industri yang kompetitif, dimana persaingan ternyata tidak datang dari industri yang bergerak didalam industri kepariwisataan itu sendiri akan tetapi juga datang dari industri-industri lain yang kini telah menjadi pesaing potensial industri jasa rekreasi seperti pusat-pusat pertokoan, restoran, bioskop, pusatpusat kegiatan olah raga, kesenian, hobbi, dan lain sebagainya. Untuk itu kegiatan promosi sangatlah diperlukan untuk dapat mengingatkan kembali, memperkenalkan produk-produk baru dan juga keuntungan serta kemudahan-kemudahan yang diberikan apabila masyarakat datang kepusat-pusat rekreasi tersebut, seperti juga halnya yang dilakukan oleh manajemen Dunia Fantasi. Tujuan dari skripsi ini adalah untuk melihat sampai sejauh mana kegiatan promosi yang dilakukan mampu meningkatkan jumlah pengunjung yang datang ke Dunia Fantasi. Untuk itu penelitian dilakukan dengan menggunakan tiga buah analisa yaitu analisa data jumlah pengunjung dan biaya promosi. analisa regresi korelasi serta analisa kuestioner. Hasil dari ketiga analisa diatas menunjukkan bahwa kegiatan promosi yang dilakukan ternyata mempengaruhi jumlah pengunjung yang datang ke Dunia Fantasi. Sehingga kegiatan Promotion mix yang telah dilakukan selama ini harus terus dikembangkan dan di tingkatkan baik kualitas maupun kuantitasnya untuk dapat terus meningkatkan jumlah pengunjung serta memberikan pelayanan yang terbaik bagi mereka yang datang berkunjung ke Dunia Fantasi Taman Impian Jaya Ancol.