

BAB V

PENUTUP

A. Kesimpulan

1. Komunikasi pemasaran terpadu sangat penting bagi Jakabaring Sport City gunanya untuk memberikan *image* baik dan masyarakat berminat untuk berkunjung, karena masyarakat juga bisa mendapatkan info produk layanan yang menyeluruh.
2. Strategi yang dilakukan oleh pihak Jakabaring Sport City adalah membuat banyak *even*, memasang benner di depan masjid agung, membuat iklan melalui sosial media, menambahkan wahana, serta mendapat berita dari orang lain atau pengunjung yang sudah datang kemudian menyarankan masyarakat lain untuk berkunjung. Tetapi tidak semua strategi yang dilakukan Jakabaring Sport City ini berhasil. Ada dua strategi yang berhasil dilakukan oleh Jakabaring Sport City, dengan menambahkan wahana *kedua*, mendapat berita dari orang lain atau pengunjung yang sudah datang kemudian menyarankan masyarakat lain untuk berkunjung. Dua strategi inilah yang membuat pengunjung datang dan kembali lagi. Sehingga terciptalah strategi komunikasi pemasaran yang baik.

B. Saran

Setelah mempelajari dan menganalisa hasil penelitian yang penulis lakukan maka penulis memberikan saran kepada pihak-pihak terkait sebagai berikut:

1. Bagi penelitian selanjutnya agar sekiranya dapat mengkaji lebih dalam lagi mengenai strategi komunikasi pemasaran, terutama terkait dengan pemasaran tempat wisata.
2. Bagi PT Jakabaring Sport City, diharapkan lebih meningkatkan lagi kualitas dari kawasan Jakabaring Sport City, agar pengunjung yang datang akan merasakan kenyamanan serta tercapainya keberhasilan dari strategi komunikasi pemasaran yang telah dilakukan.
3. Bagi pengunjung, agar sekiranya selalu menjaga kebersihan dan keamanan agar pengunjung yang ingin berkunjung tertarik untuk ikut berkunjung.