

Mariana Mbewa

by UNITRI Press

Submission date: 06-Jul-2023 09:42AM (UTC+0700)

Submission ID: 2007158500

File name: MARIANA_MBEWA.docx (176.15K)

Word count: 799

Character count: 5304

**ANALISIS STRATEGI PEMASARAN DALAM MENINGKATKAN
LOYALITAS PENGUNJUNG DI TAMAN REKREASI SELECTA
KOTA BATU**

SKRIPSI



OLEH:

MARIANA MBEWA

2019120030

UNIVERSITAS TRIBHUWANA TUNGGADDEWI

FAKULTAS EKONOMI

MALANG

2023

RINGKASAN

Bertambahnya destinasi wisata di Kota Batu merupakan bukti cepatnya ekspansi industri pariwisata. Tujuan dari penelitian ini adalah untuk mengetahui taktik pemasaran yang digunakan oleh Taman Rekreasi Selecta Kota Batu untuk menarik lebih banyak pengunjung. Teknik pengumpulan informasi seperti rapat, teknik penyelidikan informasi seperti analisis SWOT, dan metode untuk sumber informasi penelitian kualitatif semuanya menggunakan informasi yang diperlukan dan opsional. Hasil penelitian menunjukkan bahwa kekuatan (*strengths*) yang dimiliki oleh Taman Rekreasi Selecta Kota Batu lebih besar dibandingkan dengan kelemahan (*weaknesses*), selanjutnya peluang (*opportunities*) yang dimiliki juga lebih besar dibandingkan dengan ancaman (*threats*). Jelas ada lawan baru jika dilihat dari sudut pandang ancaman yang lebih luas, namun ini dapat digunakan sebagai data uji untuk memulai kembali Taman Rekreasi Selecta. Taman Rekreasi Selecta di Kota Batu bergerak ke arah yang benar berkat pelaksanaan rencana pertumbuhan yang dapat meningkatkan penjualan lebih banyak lagi. Ada dua kemungkinan: perluasan pasar dan pengembangan produk. Pengelola Taman Rekreasi Selecta Kota Batu memiliki kemampuan untuk mengidentifikasi kelemahan dan memperkuatnya. Penataan Taman Rekreasi Selecta di Kota Batu juga mampu merespon pengaruh luar, termasuk peluang dan bahaya. Reaksi-reaksi ini dapat berfungsi sebagai landasan untuk memilih cara bereaksi terhadap peluang dan bahaya yang mungkin muncul setiap saat.

Kata Kunci: Meningkatkan Loyalitas; Strategi Pemasaran, Taman Rekreasi Selecta; Kota Batu.

BAB 1

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

Menghirup udara segar dapat membantu Anda melawan kelelahan, kebosanan, dan bahkan stres akibat seharian bekerja keras di kantor. Refresh berusaha untuk mengubah penekanan dari pengaturan tipikal untuk mengaktifkan penyegaran adegan. Ini akan berhasil. Perjalanan adalah salah satu metode yang digunakan orang untuk menyiasatinya. Secara hukum, tidak. Menurut Pasal 10 UU 1990, "Pariwisata meliputi segala sesuatu yang berhubungan dengan pariwisata, termasuk komoditas yang dieksploitasi dan daya tarik wisata, serta organisasi yang berafiliasi dengan fasilitas tersebut."

Semua perjalanan rekreasi ke satu atau lebih destinasi dengan tujuan mengisi waktu luang termasuk dalam pariwisata (Utomo et al. 2017). Gunung Arjuno dan Anjasmoro mengelilingi **Taman Rekreasi Selecta yang terletak di Desa Tulungrejo, Kota Batu, Jawa Timur**. Dia sangat ingin meninggalkan rumah dan kantornya yang biasa. Suhu di PT berkisar antara 15 hingga 25 derajat pada ketinggian 1150 meter. Seluruh 1.110 anggota Persero, yang masing-masing memiliki 5.000 saham, bekerja di PT. Studi penulis berikutnya sebagian besar berfokus pada perekrutan dan memaksimalkan kemampuan pemasaran perusahaan untuk meningkatkan jumlah pelanggan dan pendukung.

Radar Malang, Harian Surya, dan kartu ucapan bermitra dengan Selecta Batu sebagai media periklanan cetak. Untuk memperluas jangkauan pemasarannya, Touch juga bekerja sama dengan radio Blitar, Batu TV, dan ATV. Ini juga memiliki

situs web resmi yang dijalankan oleh bisnis untuk pemasaran internet. Agar masyarakat lebih memahami tentang rencana acara Taman Rekreasi Selecta Kota Batu, billboard dan spanduk dipasang di tempat-tempat yang menonjol. Selain itu, dinas pariwisata dan masyarakat umum masing-masing akan mendapatkan pamflet.

Turunnya pengunjung Taman Rekreasi Kota Batu menjadi permasalahan utama yang peneliti lihat. Akibatnya, sangat penting untuk membuat rencana pemasaran yang berfokus pada menjaga hubungan jangka panjang dengan klien dan kolaborasi yang saling menguntungkan. Selecta jelas berusaha mendapatkan klien sebanyak mungkin dengan strategi ini.

Menurut Selecta, pemasaran adalah aktivitas pendukung untuk penjualan, konten instruksional, dan promosi yang ditujukan untuk membantu pengunjung dalam contoh ini, wisatawan menyadari potensi mereka dan meningkatkan minat mereka pada tujuan wisata. permasalahan terkini, dan penulis sangat antusias dalam melakukan penelitian yang disebutkan dalam judul **“ANALISIS STRATEGI PEMASARAN DALAM MENINGKATKAN LOYALITAS PENGUNJUNG DI TAMAN REKREASI SELECTA KOTA BATU”**

1.2 Rumusan Masalah

Bagaimana cara kerja marketing plan di Taman Rekreasi Selecta Kota Batu untuk membuat orang datang kembali?

1.3 Tujuan Penelitian

Tujuan dari penelitian ini adalah untuk mengidentifikasi metode yang digunakan Taman Rekreasi Selecta di Kota Batu untuk menarik kembali pelanggan.

1.4 Manfaat Penelitian

Berikut hasil yang diharapkan dari penelitian ini:

1.4.1 Manfaat Teoritis

Hasil penelitian ini diharapkan dapat memperluas wawasan masyarakat terhadap kajian ilmu pemasaran di suatu perusahaan, meningkatkan pengetahuan dan pengalaman terkini, serta memperluas wawasan tersebut.

1.4.2 Manfaat Praktis

a) Bagi Peneliti

Peneliti percaya bahwa penelitian ini akan dapat memberi mereka lebih banyak informasi tentang masalah yang berkaitan dengan loyalitas pengunjung. Selain itu, studi tersebut menyumbangkan keahlian dan informasi dari organisasi tempat studi tersebut dilakukan.

b) Bagi Peneliti Selanjutnya

Studi ini dapat digunakan sebagai sumber informasi dan bahan penelitian bagi individu yang ingin menilai loyalitas pengunjung.

c) Bagi Perusahaan

Hasil penelitian ini harus dipertimbangkan saat memilih strategi dan tindakan untuk mempromosikan latihan. Berdasarkan umpan balik yang didapat dari pengunjung mengenai rencana yang telah dilakukan selama ini, perusahaan diharapkan untuk lebih mengoptimalkan strategi pemasaran dengan menggunakan saluran yang telah digunakan selama ini atau dengan memanfaatkan hal-hal baru untuk meningkatkan pendapatan perusahaan.

d) Bagi Akademis

Sarjana masa depan, terutama yang bekerja di domain manajemen pemasaran dan komunikasi perusahaan, akan dapat merujuk hasil penelitian ini dan memperdalam pengetahuan mereka tentang bauran strategi pemasaran.

Mariana Mbewa

ORIGINALITY REPORT

12%

SIMILARITY INDEX

12%

INTERNET SOURCES

2%

PUBLICATIONS

1%

STUDENT PAPERS

PRIMARY SOURCES

1	repository.unisma.ac.id Internet Source	2%
2	etheses.uin-malang.ac.id Internet Source	2%
3	Submitted to Soongsil University Student Paper	1%
4	www.slideshare.net Internet Source	1%
5	garuda.kemdikbud.go.id Internet Source	1%
6	pt.scribd.com Internet Source	1%
7	www.portalmalang.web.id Internet Source	1%
8	id.123dok.com Internet Source	1%

Exclude quotes On

Exclude matches Off

Exclude bibliography On

Mariana Mbewa

PAGE 1

PAGE 2

PAGE 3

PAGE 4

PAGE 5

PAGE 6
