

## **BAB V**

### **KESIMPULAN DAN REKOMENDASI**

#### **5.1 Kesimpulan**

Berdasarkan hasil pengolahan data dalam penelitian ini dapat diuraikan sebelumnya, maka kesimpulan didalam penelitian ini adalah :

1. Peta *positioning* situs *travel online* Traveloka terhadap atribut Citra Merek, Kemudahan Akses ,Diskon, Kualitas Website dan Promo berdasarkan persepsi mahasiswa di Gresik mempunyai posisi berbeda-beda. Sehingga Traveloka mempunyai pesaing yang dengan kemiripan sama atribut terhadap situs travel online lainnya.
2. Berdasarkan peta *positioning* atribut citra merek dihasilkan bahwa traveloka mempunyai kemiripan dengan situs *travel online* Airy Room dikarenakan dua situs *travel online* tersebut berdekatan dan dari aspek citra merek situs Traveloka unggul dibandingkan situs travel online lainnya artinya traveloka tidak mempunyai kemiripan citra merek dari 12 situs travel *online* yaitu Pegi-Pegi ,Tiket ,Agoda ,Nusatrip ,EzyTravel ,Halal Trip ,Go Indonesia ,Mister Aladin,Trivago ,Ekspedisidan Booking.
3. Berdasarkan peta *positioning* atribut kemudahan akses dihasilkan bahwa situs travel online Traveloka mempunyai kemiripan kemudahan akses dengan Trivago dikarenakan berdekatan. Sedangkan situs travel online Tiket unggul dikarenakan

Tiket tidak mempunyai kemiripan kemudahan akses dengan situs travel online lainnya.

4. Berdasarkan peta *positioning* atribut diskoni dihasilkan bahwa situs travel online Traveloka tidak mempunyai kemiripan diskon dengan situs *travel online* lainnya dan Traveloka lebih unggul dalam atribut diskon.
5. Berdasarkan peta *positioning* atribut kualitas website dihasilkan bahwa situs travel online Tiket lebih unggul menurut penilaian persepsi mahasiswa yang artinya Tiket tidak mempunyai kemiripan dengan situs *travel online* lainnya. Sedangkan Traveloka mempunyai kemiripan atribut kualitas website dengan Airy Rooms dikarenakan kedua situs *travel onlinenya* berdekatan.
6. Berdasarkan peta *positioning* atribut promo dihasilkan bahwa situs *travel online* Tiket dan Traveloka mempunyai kemiripan dalam promo dikarenakan dua situs *travel online* tersebut berdekatan.

## **5.2 Rekomendasi**

Berdasarkan hasil analisis ,pembahasan, dan kesimpulan, maka reskomendasi dari peneliti dapat diberikan sebagai berikut :

1. Traveloka harus mempertahankan keunggulan atribut yang ada terutama atribut citra merek, kemudahan dan kualitas website sehingga traveloka harus memperhatikan keunggulan atribut pesaingnya agar tetap berkompetisi untuk menjadi unggul dimata konsumen

2. Pada atribut citra merek, kemudahan akses, diskon, kualitas website dan promo traveloka harus mempunyai perbedaan dan merubah cirri khas situs *travel online* tersebut dikarenakan Traveloka masih mempunyai kemiripan dan kalah saing terhadap pesaingnya yaitu Tiket dan Airy Rooms.
3. Bagi peneliti selanjutnya dapat digunakan sebagai referensi untuk mengembangkan penelitian ini yang berkaitan dengan persepsi konsumen terhadap strategi positioning suatu perusahaan.