

ABSTRAK

Siti Jannatul Ma'wa, 1501361786, “Analisis Bauran Pemasaran Pada Travel Haji dan Umrah PT. Al Amsor Mubarakah Wisata kota Kandangan” Skripsi Banjarmasin, Jurusan Manajemen Dakwah, Fakultas Dakwah dan Ilmu Komunikasi, 2021, Pembimbing: Syaipul Hadi S.Ip, MA, Devi Noviyanti SE., MM

Kata Kunci: Bauran Pemasaran, travel haji dan umrah, PT Al Amsor Mubarakah Wisata

Pokok permasalahan dalam Penelitian ini adalah bagaimana Bauran Pemasaran Pada travel haji dan Umrah PT Al Amsor Mubarakah Wisata.

Penelitian ini merupakan penelitian kualitatif diskriptif, teknik pengumpulan data dalam penelitian ini adalah observasi, wawancara, dan dokumentasi, dengan teknik analisis data menggunakan model Miles and Huberman yakni reduksi data, display data, kesimpulan berdasarkan hasil penelitian.

PT Al Amsor Mubarakah Wisata adalah salah satu travel haji dan umrah yang ada di kota Kandangan yang banyak diminati oleh masyarakat dalam menjalankan ibadah haji dan umrah, hal itu terbukti dengan semakin meningkatnya jumlah jemaah dari tahun-ketahun. PT Al Amsor Mubarakah Wisata menggunakan strategi bauran pemasaran yang terdiri dari 7P, yaitu: Produk (*Product*), Harga (*place*), Tempat (*Price*), Promosi (*Promotion*), Orang (*People*), Proses (*Process*) dan Bukti Fisik (*physical Evidence*). dari ketujuh bauran pemasaran tersebut promosi adalah yang paling diminati oleh jemaah, karena PT Al Amsor Mubarakah Wisata melakukan promosi di media sosial dan hampir semua orang memiliki media sosial, sehingga hal tersebut cukup efektif dalam menariik minat jemaah.