

BAB V

PENUTUP

A. Simpulan

Berdasarkan uraian data dan pembahasan diatas maka akan dikemukakan kesimpulan yaitu:

Setelah dilakukan penelitian dan menganalisis Bauran Pemasaran PT. Al Amsor Mubarak wisata Kota Kandangan memiliki beberapa jenis produk Umrah yang telah disesuaikan dengan harga dan kebutuhan Jemaah, lokasi berdirinya PT. Al Amsor Mubarak wisata Kota Kandangan juga terbilang sangat strategis dan udah dijangkau, dengan melakukan promosi media cetak seperti brosur, papan iklan, dan promosi penjualan. PT. Al Amsor Mubarak wisata Kota Kandangan juga menggunakan *personal selling* atau penjualan perorangan dalam strategi promosinya. Pimpinan cabang dan staf PT. Al Amsor Mubarak wisata Kota Kandangan senantiasa melayani Jemaah dengan sepenuh hati dan memberi pelayanan yang terbaik sehingga Jemaah merasa puas, dan dari bukti fisik yang terdapat di PT. Al Amsor Mubarak wisata Kota Kandangan sudah cukup lengkap dan baik.

B. Saran

Dalam rangka untuk lebih mengembangkan bauran pemasaran pada travel haji dan umrah PT. Al Amsor Mubarakah Wisata cabang Kandangan agar dapat meningkatkan jumlah jemaah tahun yang akan datang, penulis akan memberikan saran-saran sebagai berikut:

1. Dalam Bauran Pemasaran PT. Al Amsor Mubarakah Wisata Kota Kandangan hendaknya memiliki akun instagram sendiri yang tidak bergabung dengan akun istagram kantor pusat agar jemaah mengetahui apa saja program pejalan haji dan umrah di kantor Kota Kandangan PT. Al Amsor Mubarakah Wisata.
2. Bauran pemasaran PT. Al Amsor Mubarakah Wisata Kota Kandangan dari segi pelayanan sudah cukup baik, namun harus lebih ditingkatkan lagi, sehingga dapat meningkatkan jumlah jemaah.