BAB VI

PENUTUPAN

A. Kesimpulan

Dari pembahasan di bab sebelumnya yang telah dipaparkan peneliti dapat disimpulkan bahwa:

1. PT. Shafira Tour And Travel menggunakan strategi bauran pemasaran dalam memasarkan produk layanan jasanya. Dalam strategi produknya PT. Shafira Tour and Travel menawarkan berbagai macam paket umroh yang bertujuan untuk memenuhi kebutuhan calon jamaah, untuk strategi harga PT. Shafira Tour And Travel memberikan berbagai pilihan paket, baik paket reguler maupun hemat. Fasilitas yang diberikan pun beragam, dengan banyak pilihan akomodasi yang sesuai dan layak. Sedangkan untuk strategi promosi, PT. Shafira Tour And Travel telah menggunakan promosi *Offline* dan *Online*. Promosi *Offline* yang dilakukan adalah dengan penyebaran brosur. Adapun promosi *Online* PT. Shafira Tour And Travel menggunakan *Website, dan Social Media.* Melaluin promosi *Online* ini sangat mempermudah PT. Shafira Tour and Travel dalam memperkenalkan produknya kepada masyarakat, dengan biaya yang relatif minim jika dibandingakan promosi *offline* , masyarakat juga lebih mudah dalam mengakses informssi mengenai produk layanan dari PT. Shafira Tour And Travel.
2. Dalam proses pemasaran dan promosi produk melalui *website* PT. Shafira Tour And Travel memberikan penawaran produk yang

spesifikasi dan jelas serta apa adanya, untuk mempermudah calon jamaah dalam memilih produk jasa yang dibutuhkan. Sudah terlihat dengan adanya website yang di buat peningkatkan jumlah jamaah di PT. Shafira Tour And Travel ini berkembang pesat dan baik.

B. Saran

Berdasarkan penelitian yang penulis lakukan pada PT Shafira Tour And Travel Kota Kediri, ada beberapa hal yang dapat dipertimbangkan sebagai masukan untuk meningkatkan promosi produk PT Shafira Tour And Travel dan memberikan saran-saran dengan tujuan untuk kebaikan dan kemajuan PT Shafira Tour And Travel Kota Kediri.

1. Bagi PT. Shafira Tour And Travel

   Bagi PT. Shafira Tour And Travel diharapkan dapat meningkatkan promosi produknya dan berupaya meningkatkan kualitas dari produk layanan jasa yang sudah dimiliki. Agar, jamaah lebih puas dengan produk yang ditawarkan. PT. Shafira Tour And Travel juga diharapkan mampu meningkatkan pelayanan kepda konsumen sehingga promosi yang dilakukan oleh PT. Shafira Tour And Travel tidak sia – sia.

2. Bagi Pihak Peneliti Selanjutnya

   Pembahasan tentang stratetgi promosi produk melalui media *website* ini masih jauh dari kesempurnaan, sehingga penulis mengharapkan kekurabfab – kekurangan tersebut dapat dijadikan sebagai kajian untuk peneliti berikutnya dan melengkapi

kekurangan yang berkaitan dengan strategi promosi produk melalui media *website.*