

BAB I

PENDAHULUAN

A. Konteks Penelitian

Pada dasarnya, haji dan umrah adalah tindakan suci yang diwajibkan oleh Allah SWT kepada seluruh umat Islam yang telah mencapai tingkat kemampuan mereka. Dengan kata lain, dia mampu pergi haji jika dia sehat jasmani dan rohani, aman selama perjalanan, memiliki biaya yang cukup, baik untuk perjalanan ke Baitullah maupun untuk keluarga yang ditinggalkannya, dan tidak ada kendala yang menghalanginya untuk pergi haji. Salah satu rukun Islam yang kelima adalah kewajiban menjalankan ibadah haji dan umrah. Akibatnya, setiap orang yang memiliki kemampuan untuk melakukannya akan berdosa jika tidak melakukannya, dan mereka yang melakukan ibadah haji dan umrah akan mendapatkan pahala. Umrah dan haji hanya diwajibkan sekali dalam hidup. Ini menunjukkan bahwa kewajiban seseorang telah dipenuhi setelah melakukan ibadah haji yang pertama.

Biro perjalanan haji dan umrah merupakan suatu badan usaha penyedia layanan yang memberikan pelayanan tentang segala sesuatu yang berkaitan dengan dunia ibadah haji dan umrah. Dalam dunia bisnis, proses pemasaran merupakan bagian yang tidak bisa dipisahkan.

Marketing atau pemasaran adalah sebuah usaha yang dilakukan untuk memperkenalkan produk atau jasa yang ditawarkan kepada pembeli. Proses marketing atau pemasaran ini sangat berperan penting, karena merupakan salah satu faktor penentu seberapa besar keuntungan suatu perusahaan tersebut melakukan bisnisnya.

Pelaksanaan ibadah haji melibatkan berbagai pihak atau *Stakeholder*, seperti agen perjalanan, koordinasi antar pemerintah, hubungan lintas negara, perusahaan catering, hotel, pembimbing haji, dan elemen-elemen lainnya. Sebagai hasilnya, haji tidak hanya terkait dengan aspek-aspek yang bersifat religius, tetapi juga berhubungan dengan berbagai masalah, termasuk bidang bisnis dan ekonomi.¹

Loyalitas jamaah memiliki peran penting dalam sebuah perusahaan biro haji dan umroh, mempertahankan pelanggan berarti meningkatkan kinerja keuangan dan mempertahankan kelangsungan hidup perusahaan. Hal ini menjadi alasan utama bagi sebuah perusahaan untuk menarik dan mempertahankan jamaah. Yang menjadi pertimbangan utama perusahaan dalam mempertahankan loyalitas jamaah adalah karena semakin mahal biaya perolehan pelanggan baru dalam iklim kompetisi yang semakin ketat. Loyalitas jamaah merupakan sebuah atau perilaku yang menjadi motivasi perilaku untuk melakukan pembelian produk atau jasa dari suatu perusahaan

¹ Moeslim Abdurrahman, *Haji, Turisme, dan Pencarian Kesalehan*, (Jambi: IAIN Sultan Thaha Saifuddin, 2009), h 159.

yang menyertakan aspek perasaan didalamnya, khususnya yang membeli secara teratur dan berulang-ulang dengan konsistensi yang tinggi.²

Selain itu, loyalitas adalah keinginan jamaah untuk terus berlangganan di Multazam Al Hadi Tour & Travel jangka waktu yang panjang, dan merekomendasikan kepada teman dan keluarga³. Strategi yang ditempatkan untuk dapat mempertahankan loyalitas jamaah adalah dengan menyediakan jasa layanan yang berkualitas, sehingga disini pihak manajemen perusahaan harus memperhatikan kualitas yang sesuai dengan yang diharapkan jamaah. Berbagai macam strategi bisnis perlu diupayakan dalam rangka mempercepat pertumbuhan usaha dan memenangkan persaingan bisnis, apalagi pelaku bisnis yang berasal dari perusahaan sejenis, sangat diperlukan strategi untuk perusahaan agar selalu bergerak lebih cepat untuk hal menarik perhatian jamaah yang sesuai dengan yang diharapkan jamaah.

PPIU Kemenag, atau Penyelenggara Perjalanan Ibadah Umrah, merupakan lembaga yang memiliki peranan penting dalam pengaturan dan pengawasan penyelenggaraan ibadah haji dan umrah di Indonesia.

² H.Fauzan, M.Si, *Manajemen pemasaran syariah sebuah pengantar*, (Yogyakarta: CV Bildung Nusantara, 2019)

³ Linriavita Asan, James D D Massie dan Williem J.F. , Pengaruh kualitas jasa, kepercayaan dan kepuasan nasabah terhadap loyalitas nasabah bank BRI di Kota Manado, Fakultas Ekonomi dan Bisnis Jurusan Manajemen, Vol. 10 No. 3 Juli 2022, Hal. 617-627.

PPIU bekerja sama dengan Kementerian Agama (Kemenag) Republik Indonesia dalam pengaturan, pengawasan, dan penjaminan kualitas penyelenggaraan ibadah umrah. Kemenag memiliki peran yang sangat penting dalam memberikan izin operasional kepada PPIU, serta memastikan bahwa penyelenggaraan umrah yang dilakukan oleh biro travel memenuhi standar dan regulasi yang telah ditetapkan.

Tabel 1.1

Data Biro Haji dan Umroh di Kediri yang terdaftar PPIU Kemenag

(Kementrian Agama RI)

No	Nama PPIU	Nomor SK	Status Daftar Hitam	Kontak & Alamat
1	PT.Brilian Misfalah Al-Hadi	010921004054530002 Tgl SK: 15-01-2022 Direktur: HJ.Istiningtyas	Tidak	JL. BRAWIJAYA NOMOR 107 RT- RW: 016-004, KELURAHAN TULUNGREJO, KECAMATAN PARE, KAB. KEDIRI, JAWA TIMUR TELP. 08223344668 EMAIL : SULTANAELAZIZ@GMAIL.COM
2	PT.Jennaty Wisata Qalbi	9100037418250005 Tgl SK: 07-06-2022 Direktur:Zaki Zamani	Tidak	JL. LETJEN SUTOYO NO. 21 RT-RW: 002-006, KELURAHAN , KECAMATAN , KOTA KEDIRI, JAWA TIMUR TELP. 081332982000 EMAIL: JENNATYWISATA@GMAIL.COM
3	PT.Rameyz a Wisata Jaya	Nomor 559 Tahun 2019 Tgl SK: 26-06-2019	Tidak	JL. JOYO BOYO. GANG 1 NO. 82 DUSUN TEPUS RT.01 RW. 14, DS. SUKOREJO, KEC. NGASEM, KAB.

		Direktur :Zaki Zamani		KEDIRI, PROV. JAWA TIMUR. TELP. (0354)681819 FAX. (0354)681819 EMAIL: RAMEYZAWISATA@GMAIL.COM
4	PT.Hilwa Berkah Wisata	240092200322250002 Tgl SK: 16-11-2023 Direktur:Diaz Mochsony Candra	Tidak	KIOS NOMOR A7 PERUM BOGO REGENCY, DSN. BOGO KIDUL RT- RW: 002-001, KELURAHAN BOGOKIDUL, KECAMATAN PLEMAHAN, KAB. KEDIRI, JAWA TIMUR TELEPON : +6285790302060 EMAIL : PT.HILWABERKAHWISATA@GMAIL.COM
5	PT.Anta Utama	271223000231330002 Tgl SK: 11-05-2024 Direktur: Magfur Ali Musthofa	Tidak	JL. DHOHO GG. MASJID SETONO GEDONG NO. 3 RT-RW: 002-001, KELURAHAN SETONOGEDONG, KECAMATAN KOTA, KOTA KEDIRI, JAWA TIMUR. TELEPON : 0354699401 EMAIL : PT.ANTAUTAMA@GMAIL.COM
6	PT.Talbiah	20072200265930003	Tidak	JALAN DWOROWATI I-13 RT-RW:

	Haramain Wisata	Tgl SK: 05-01-2025 Direktur:Widya Nurhardhani.S.E	002-006, KELURAHAN MRICAN, KECAMATAN MOJOROTO, KOTA KEDIRI, JAWA TIMUR. TELEPON ; 083831417297 EMAIL ; TALBIYAHHARAMAIN@GMAIL.CO M
--	--------------------	---	--

Sumber dari : <https://simpu.kemenag.go.id> akses tanggal 9 Januari 2025 pukul 07.50.

Data 1.1 berisi penjelasan tentang enam perusahaan yang terdaftar sebagai Penyelenggara Perjalanan Ibadah Umrah (PPIU) di Kediri. Data ini memberikan gambaran yang lebih jelas tentang masing-masing PPIU yang telah memperoleh izin resmi dari Kemenag (Kementerian Agama RI) untuk menyelenggarakan perjalanan ibadah umrah. telah terdaftar secara sah dan tidak memiliki masalah hukum.

Keberadaan PPIU Kemenag sangat vital bagi biro haji dan umroh, karena lembaga ini memastikan bahwa penyelenggaraan perjalanan ibadah tersebut berjalan sesuai dengan regulasi yang ditetapkan. PPIU Kemenag bertugas untuk memberikan izin dan registrasi kepada biro travel yang ingin menyelenggarakan umrah, sehingga dapat menjamin bahwa biro-biro tersebut memenuhi standar pelayanan yang telah ditetapkan, termasuk dalam aspek keselamatan, kenyamanan, dan kepastian jadwal. Selain itu, PPIU juga berperan dalam perlindungan

konsumen dengan menyediakan informasi dan pengawasan terhadap praktik-praktik yang tidak sesuai, sehingga jamaah dapat melakukan ibadah umrah dengan tenang dan aman. Dengan adanya PPIU Kemenag, biro haji dan umrah diharapkan dapat beroperasi dengan transparansi dan akuntabilitas yang tinggi, serta mampu meningkatkan kualitas pelayanan kepada jamaah.

Tabel 1.2

Bauran Pemasaran 7P di Multazam Al-Hadi Tour & Travel

No	Unsur 7 P	Multazam Al-Hadi Tour & Travel
1.	<i>Product</i> (Produk)	<ul style="list-style-type: none"> - Umrah - Haji reguler - Haji plus - Badal haji - Talangan Haji dan Umrah - Tabungan Haji dan Umrah - Wisata domestik dan internasional
2.	<i>Price</i> (Harga)	<ul style="list-style-type: none"> - Paket Umroh Reguler dengan biaya mulai dari 25 jutaan - Paket Umroh Badal dengan biaya mulai dari 2,5 jutaan - Paket Haji Regular dengan biaya mulai dari 95 jutaan - Paket Haji Plus dengan biaya mulai dari \$21.500 - Paket Haji Badal dengan biaya mulai dari 15 jutaan - Paket Wisata Internasional biaya mulai dari 40 jutaan
3.	<i>Place</i> (Tempat)	<ul style="list-style-type: none"> - Jl. Brawijaya No. 107 Desa Tulungrejo Kecamatan Pare Kabupaten Kediri. Kantor berada di lokasi

		yang bisa dikatakan cukup strategis karena akses jalan mudah dijangkau.
4.	<i>Promotion</i> (Promosi)	<ul style="list-style-type: none"> - Periklanan (<i>Advertising</i>) whatsapp, instagram, facebook dan website - Hubungan Masyarakat (<i>Public Relation</i>) Promosi yang bersifat keagamaan Seperti pengajian-pengajian di berbagai masjid dan aula tertentu
5.	<i>People</i> (Orang)	- Tim marketing yang handal dalam memasarkan produknya, mengerahkan pihak marketing di bagian-bagian yang belum terjangkau terjangkau seperti masih dalam kategori pelosok atau desa.
6.	<i>Process</i> (Proses)	- Karyawan membimbing jamaahnya dalam mengisi formulir persyaratan pendaftaran serta memberikan arahan mengenai segala prosedur pendaftaran
7.	<i>Physical Evidence</i> (Bukti Fisik)	- Dilihat dari sarana fisik memiliki gedung kantor, gedung manasik, perlengkapan manasik dan mobil operasional sendiri

Sumber: Hasil Observasi tanggal 05 November 2024

Menerapkan strategi pemasaran adalah kunci untuk membantu perusahaan mencapai keunggulan kompetitif. Kesuksesan suatu organisasi dalam menghadapi persaingan ditentukan oleh pendekatannya. Pendekatan ini mencakup upaya individu dan komponen-komponen dalam organisasi untuk memperoleh keterampilan dan mengoptimalkan pemanfaatan sumber daya sesuai dengan kondisi lingkungan kerja.

Multazam Al Hadi Tour & Travel merupakan salah satu biro perjalanan haji dan umrah yang berusaha untuk bersaing di sektor yang serupa. Untuk mencapai tujuan ini, perusahaan mengambil langkah-langkah yang diperlukan, seperti mengadopsi Loyalitas Jamaah sebagai pedoman utama dalam mengembangkan potensi pasar dan meningkatkan keuntungan. Keberhasilan penerapan strategi daya saing sangat tergantung pada efektivitas strategi pemasaran yang diadopsi. Dengan menggunakan strategi pemasaran, perusahaan dapat mengidentifikasi segmen pasar, menetapkan target pasar, dan menjalankan promosi yang efektif dan merata. Multazam Al Hadi Tour & Travel menerapkan kebijakan pemasaran dengan menggunakan bauran pemasaran, termasuk menerapkan strategi pemasaran yang intensif sebagai salah satu pendekatan utama mereka.

Alasan penulis tertarik dengan penelitian pemasaran travel Multazam Al Hadi Tour & Travel adalah ingin mengetahui proses pemasaran produk yang dilakukan untuk mempertahankan loyalitas calon

jamaah. Pada prinsipnya, perusahaan travel adalah bisnis yang fokus pada penjualan layanan, karena itu Multazam Al Hadi Tour & Travel harus memiliki sebuah strategi pemasaran yang bisa mempertahankan Loyalitas Jamaah. Oleh karena itu, penulis tertarik untuk melakukan sebuah penelitian dengan judul: **“Strategi Pemasaran dalam Mempertahankan Loyalitas Jamaah Biro Perjalanan Haji dan Umroh (Studi Kasus Multazam Al Hadi Tour & Travel Pare)”**.

B. Fokus Penelitian

Berdasarkan latar belakang masalah di atas analisis strategi dalam mempertahankan Loyalitas pelanggan. Peneliti merumuskan secara rinci permasalahan sebagai berikut :

1. Bagaimana strategi pemasaran dalam mempertahankan loyalitas Jamaah pada Multazam Al Hadi Tour & Travel Pare?
2. Bagaimana faktor-faktor nilai citra, kenyamanan, kepuasan, dan pelayanan dalam mempertahankan loyalitas jamaah pada Multazam Al Hadi Tour & Travel?

C. Tujuan Penelitian

Berdasarkan Tujuan masalah yang telah dipaparkan di atas, maka tujuan penelitian yang dilakukan oleh peneliti adalah :

1. Untuk mengkaji strategi pemasaran dalam mempertahankan loyalitas Jamaah pada Multazam Al Hadi Tour & Travel Pare.

2. Untuk menelaah faktor-faktor nilai citra, kenyamanan, kepuasan, dan pelayanan dalam mempertahankan loyalitas jamaah Multazam Al Hadi Tour & Travel.

D. Kegunaan Penelitian

Penelitian ini diharapkan dapat memberikan manfaat baik dari segi teoritis maupun praktisnya. Adapun kegunaan penelitian ini:

1. Secara Teoritis

Penelitian ini diharapkan bisa meningkatkan pemahaman ilmiah mengenai Strategi Pemasaran yang dapat meningkatkan daya saing dan layanan di sektor biro perjalanan haji dan umroh, khususnya pada Multazam Al Hadi Tour & Travel Pare.

2. Secara Praktis

Penelitian ini dapat memberikan kontribusi serta menjadi sumbangan ide dan rekomendasi bagi praktisi dan akademisi dalam penelitian masa depan. Hal ini diharapkan dapat menjadi suatu acuan bagi penelitian lainnya.

E. Penelitian Terdahulu

Berikut Telaah Pustaka yang digunakan penulis:

1. Penelitian yang dilakukan oleh Miki Sastriawan Mahasiswa Institut Agama Islam Bengkulu dengan judul “Analisis Strategi pemasaran

rumah makan Bunda dalam mempertahankan Loyalitas Pelanggan prespektif Pemasaran Syariah” (2019) ⁴

Teknik penelitian ini menggunakan metode deskriptif kualitatif, yakni peneliti turun ke lapangan penelitian. Metode deskriptif adalah metode yang dilakukan untuk menggambarkan dan menginterpretasi objek sesuai dengan apa adanya.

Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa strategi pemasaran yang dilakukan Rumah makan bunda dalam mempertahankan loyalitas pelanggan yaitu pengalaman usaha yang dimiliki berpengaruh terhadap keberhasilan rumah makan bunda dalam memasuki pasar. Pengalaman tersebut memacu pemilik rumah makan bunda untuk mendirikan usaha dibidang perdagangan.

Persamaan peneliti terdahulu dengan yang penulis teliti adalah sama-sama menggunakan pendekatan Kualitatif dan persamaan mengenai subjek tentang strategi pemasaran. Sedangkan perbedaanya adalah peneliti terdahulu meneliti untuk mengetahui Analisis strategi pemasaran Rumah makan Bunda dalam mempertahankan loyalitas pelanggan prespektif pemasaran syariah. Sedangkan penulis meneliti tentang Strategi Pemasaran dalam Mempertahankan Loyalitas Jamaah Biro Perjalanan Haji dan Umroh (Studi pada Multazam Al Hadi Tour & Travel Pare).

⁴ Miki Sastriawan, Analisis startegi rumah makan bunda dalam mempertahankan loyalitas pelanggan perspektif pemasaran syariah, (Skripsi, Institut Agama Islam Bengkulu, 2019)

2. Penelitian yang dilakukan oleh Lucky Irvansyah Mahasiswa Institut Agama Islam Negeri (IAIN) Metro, dengan judul “Analisis Strategi Mempertahankan Konsumen di Perusahaan Mebel Haji Slamet dalam Perspektif Ekonomi Islam” (2020)⁵

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui strategi mempertahankan konsumen yang dilakukan oleh Mebel Haji Slamet dalam perspektif Ekonomi Islam. Metode yang digunakan dalam penelitian ini adalah metode penelitian deskriptif kualitatif. Adapun teknik pengumpulan data yang digunakan adalah wawancara, observasi dan dokumentasi.

Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa strategi pemasaran yang digunakan oleh perusahaan mebel Haji Slamet dalam mempertahankan konsumen yaitu menerapkan 4-P sebagaimana yang disebut dengan Product (Produk), Price (Harga), Place (tempat), dan Promotion (promosi).

Persamaan peneliti terdahulu dengan yang penulis teliti adalah sama-sama menggunakan pendekatan kualitatif dan persamaan mengenai subjek tentang strategi. sedangkan perbedaannya adalah peneliti terdahulu meneliti tentang Analisis Strategi Mempertahankan Konsumen di Perusahaan Mebel Haji Slamet dalam Perspektif Ekonomi Islam sedangkan peneliti meneliti tentang Strategi

⁵ Lucky Irvansyah, Analisis Strategi Mempertahankan Konsumen di Perusahaan Mebel Haji Slamet dalam Perspektif Ekonomi Islam, (Skripsi : IAIN Metro, 2020)

Pemasaran dalam Mempertahankan Loyalitas Jamaah Biro Perjalanan Haji dan Umroh (Studi pada Multazam Al Hadi Tour & Travel Pare).

3. Penelitian yang dilakukan oleh Megi Saputra mahasiswa Institut Agama Islam Negeri Batusangkar dengan judul “Strategi Pemasaran dalam mempertahankan Loyalitas Pelanggan pada Ampera Putra Tanjung Lima kaum Kabupaten Tanah Datar” (2021) ⁶

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui dan mendeskripsikan strategi pemasaran produk yang digunakan oleh Ampera Putra Tanjung. Metode yang digunakan dalam penelitian ini adalah pendekatan deskriptif kualitatif. Adapun teknik pengumpulan data yang digunakan adalah Observasi, wawancara, dan dokumentasi.

Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa Strategi pemasaran ampera putra Tanjung melakukan strategi yang mantap untuk dapat menggunakan kesempatan atau peluang yang ada dalam pemasaran, sehingga posisi atau kedudukan perusahaan di pasar dapat dipertahankan yang dapat dijalankan dengan sukses dalam lingkungan kompetitif atau dasar prespektif produk, harga, promosi, dan distribusi.

Persamaan peneliti terdahulu dengan yang penulis teliti adalah sama-sama menggunakan pendekatan kualitatif dan persamaan mengenai subjek tentang strategi pemasaran. sedangkan perbedaanya peneliti terdahulu meneliti tentang Strategi Pemasaran dalam

⁶ Megi Saputra, Strategi Pemasaran dalam mempertahankan Loyalitas Pelanggan pada Ampera Putra Tanjung Lima kaum Kabupaten Tanah Datar, (Skripsi : IAIN Batusangkar, 2021)

mempertahankan Loyalitas Pelanggan pada Ampera Putra Tanjung Lima kaum Kabupaten Tanah Datar. Sedangkan penulis meneliti tentang Strategi Pemasaran dalam Mempertahankan Loyalitas Jamaah Biro Perjalanan Haji dan Umroh (Studi pada Multazam Al Hadi Tour & Travel Pare).

4. Penelitian yang dilakukan oleh Nurlaila mahasiswa Universitas Muhammadiyah Sumatera Utara dengan judul "Strategi mempertahankan loyalitas konsumen usaha Laundry berlabel syariah" (2021)⁷

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui strategi mempertahankan loyalitas pelanggan konsumen pada usaha laundry berlabel syariah. Jenis penelitian ini adalah penelitian lapangan (*field resarch*) karena peneliti harus terjun ke lapangan. Terlibat dengan masyarakat berarti turut merasakan apa yang mereka rasakan sekaligus juga mendapatkan gambaran yang lebih komperensif tentang situasi setempat. Adapun teknik pengumpulan data yang digunakan yaitu studi kepustakaan, wawancara, observasi dan dokumentasi.

Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa Loyalitas konsumen sangat berpengaruh terhadap suatu usaha agar bisa berlangsung lama. Maka, strategi pemasaran untuk mempertahankan loyalitas konsumen yang dilakukan oleh laundry syariah yaitu kualitas produk, service

⁷Nurlaila, Strategi mempertahankan loyalitas konsumen usaha Laundry berlabel syariah, (Skripsi : Universitas Muhammadiyah Sumatera Utara,2021)

(pelayanan), promotion (promosi), dan harga. Karena strategi yang tepat sangat mempengaruhi keuntungan yang didapat perusahaan.

Persamaan peneliti terdahulu dengan yang penulis teliti adalah sama-sama menggunakan pendekatan kualitatif dan persamaan mengenai subjek tentang strategi, sedangkan perbedaannya adalah peneliti terdahulu meneliti tentang strategi mempertahankan loyalitas konsumen usaha Laundry berlabel syariah, sedangkan penulis meneliti tentang Strategi Pemasaran dalam Mempertahankan Loyalitas Jamaah Biro Perjalanan Haji dan Umroh (Studi pada Multazam Al Hadi Tour & Travel Pare.

5. Penelitian yang dilakukan oleh Akhmad Febrian mahasiswa Universitas Islam Kalimantan MA7B dengan judul “Analisis Strategi mempertahankan konsumen di Toko Hello Petshop dalam perspektif manajemen pemasaran syariah” (2021) ⁸

Jenis penelitian yang dipakai pada penelitian ini yaitu penelitian naturalistic. Penelitian naturalistic yaitu penelitian yang digunakan untuk meneliti pada tempat yang alamiah, dan penelitian tidak membuat perlakuan, karena peneliti dalam mengumpulkan data bersifat emic, yaitu berdasarkan pandangan dari sumber data, bukan pandangan peneliti. Adapun teknik pengumpulan data yang dilakukan adalah wawancara, observasi dan dokumentasi. Hasil penelitian ini

⁸ Akhmad Febrian, Analisis Strategi mempertahankan konsumen di Toko Hello Petshop dalam perspektif manajemen pemasaran syariah, (Skripsi : Universitas Islam Kalimantan MAB,2021)

menunjukkan bahwa Strategi pemasaran pada Hello Petshop dalam perspektif manajemen pemasaran Islam, Hello Petshop menggunakan bauran pemasaran 9P dan menerapkan karakteristik dari marketing syariah. Strategi pemasaran syariah Hello Petshop dalam mempertahankan konsumennya yakni dengan konsep dari komponen strategi pemasaran atau STP yaitu segmenting, targeting, dan positioning.

Persamaan peneliti terdahulu dengan yang penulis teliti adalah sama-sama menggunakan metode pendekatan kualitatif dan persamaan mengenai subjek tentang strategi, sedangkan perbedaannya adalah peneliti terdahulu meneliti tentang Analisis Strategi mempertahankan konsumen di Toko Hello Petshop dalam perspektif manajemen pemasaran syariah, sedangkan peneliti meneliti Strategi Pemasaran dalam Mempertahankan Loyalitas Jamaah Biro Perjalanan Haji dan Umroh (Studi pada Multazam Al Hadi Tour & Travel Pare).

6. Jurnal yang di tulis oleh Friska Febrianti dan Sabius Beni mahasiswa Institut ShantiBhuana Bengkulu dengan judul “Strategi Mempertahankan Loyalitas Pelanggan pada Usaha Kuliner di Kecamatan Bengkulu” (2023)⁹

Jenis penelitian yang ini menggunakan penelitian kualitatif deskriptif dengan pengumpulan data yang diambil secara langsung,

⁹ Friska Febrianti dan Sabius Beni, Strategi Mempertahankan Loyalitas Pelanggan pada Usaha Kuliner di Kecamatan Bengkulu, Jurnal Kelitbang Vol.11 No.2 Juli 2023

wawancara secara mendalam dan dokumentasi. Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa strategi pemasaran yang digunakan oleh Usaha Kuliner di Kecamatan Bengkayang dalam mempertahankan pelanggan yaitu menerapkan 4-P sebagaimana yang disebut dengan Product (Produk), Price (Harga), Place (tempat), dan Promotion (promosi).

Persamaan peneliti terdahulu dengan yang penulis teliti adalah sama-sama menggunakan metode pendekatan kualitatif dan persamaan mengenai subjek tentang strategi, sedangkan perbedaannya adalah peneliti terdahulu meneliti tentang Strategi Mempertahankan Loyalitas Pelanggan pada Usaha Kuliner di Kecamatan Bengkayang sedangkan peneliti meneliti Strategi Pemasaran dalam Mempertahankan Loyalitas Jamaah Biro Perjalanan Haji dan Umroh (Studi pada Multazam Al Hadi Tour & Travel Pare).