

## **BAB V**

### **PENUTUP**

#### **A. Kesimpulan**

Kesimpulan dari penelitian ini Strategi pemasaran Multazam Tour & Travel mencakup berbagai aspek penting yang mendukung keberhasilan strategi pemasaran mereka. Dalam hal produk, Multazam Tour & Travel menawarkan berbagai pilihan layanan, termasuk umrah, haji reguler, haji plus, badal haji, serta layanan talangan dan tabungan haji dan umrah. Dari sisi harga, Multazam Tour & Travel menyediakan paket dengan harga yang bervariasi. Lokasi Multazam Tour & Travel yang berada di Jl. Brawijaya No. 107, Kediri, berada di tempat yang strategis, dengan akses jalan yang mudah dijangkau oleh jamaah. Dalam hal promosi, Multazam Tour & Travel memanfaatkan berbagai saluran digital seperti WhatsApp, Instagram, Facebook, dan website, serta melakukan promosi keagamaan melalui pengajian-pengajian di masjid dan aula untuk memperkenalkan layanan mereka kepada masyarakat. Tim marketing yang handal, yang juga bekerja untuk menjangkau daerah yang lebih terpencil. Adapun bukti fisik yang mendukung kualitas layanan terdiri dari gedung kantor, gedung manasik, serta perlengkapan manasik dan mobil operasional

Multazam Tour & Travel berhasil menjaga loyalitas pelanggan melalui beberapa faktor kunci. Pertama, dalam hal nilai (harga dan kualitas),

Multazam Tour & Travel menawarkan harga yang terjangkau sesuai dengan kualitas layanan yang diberikan, yang diperoleh melalui survei langsung ke tanah suci untuk memastikan harga yang wajar. Selanjutnya, citra merek atau brand image dari Multazam Tour & Travel sangat positif di mata pelanggan, Penghargaan yang diterima, seperti Jawa Pos Award 2019, semakin memperkuat citra positif Multazam Tour & Travel. Kemudian, kenyamanan menjadi prioritas dengan bekerja sama dengan berbagai mitra usaha, termasuk perusahaan transportasi dan pengelola hotel, untuk mempermudah proses perjalanan ibadah jamaah. Kepuasan pelanggan juga menjadi faktor utama dalam membangun loyalitas, di mana Multazam Tour & Travel berhasil menciptakan pengalaman yang memuaskan dari awal pendaftaran hingga pelaksanaan ibadah. Terakhir, pelayanan yang baik dan informasi yang akurat menjadi pembeda biro ini dengan pesaing lainnya. Kerja sama dengan bank-bank syariah untuk mempermudah pembayaran, serta produk talangan haji dan umrah, memberikan kemudahan tambahan bagi pelanggan. Secara keseluruhan, strategi yang berfokus pada harga yang kompetitif, kualitas layanan yang baik, citra merek yang kuat, kenyamanan, kepuasan, dan pelayanan yang memadai berhasil menciptakan loyalitas pelanggan yang tinggi.

## **B. Saran**

Berdasarkan kesimpulan yang peneliti kemukakan diatas, saran dari peneliti untuk perusahaan ialah seperti Mengembangkan program loyalitas atau reward bagi pelanggan yang kembali menggunakan jasa mereka/merekomendasikan ke teman dan keluarga dapat membantu meningkatkan loyalitas pelanggan serta Memberikan pelatihan dan pengembangan keterampilan kepada tim marketing untuk lebih memahami kebutuhan pelanggan dengan teknik pemasaran terbaru dapat meningkatkan efektivitas promosi.Saran untuk penelitian selanjutnya diharapkan dapat mengidentifikasi kebijakan dan regulasi yang ada saat ini, serta bagaimana pemerintah dapat mendorong biro perjalanan untuk mendaftar dan memastikan kepatuhan terhadap standar yang ditetapkan oleh Kementerian Agama.