

BAB V

PENUTUP

A. Kesimpulan

Berdasarkan hasil penelitian, yang telah dilakukan penulis mengenai “**Strategi *Branding* Dan Pemasaran Untuk Menarik Jamaah Milenial (Studi Pada Pt Alhijaz Indowisata Cabang Kota Bengkulu)**” yang telah penulis paparkan, dapat disimpulkan bahwa:

1. Strategi *Branding* PT Alhijaz Indowisata Cabang Kota Bengkulu menerapkan strategi branding melalui *brand positioning*, *brand personality*, dan *brand identity*. Perusahaan menonjolkan keunggulan harga terjangkau, variasi program umrah termasuk umrah plus Dubai dan Turki, kemudahan pendaftaran online, serta promosi aktif di media sosial (instagram, facebook, tiktok). Identitas merek diperkuat dengan logo AIW (Alhijaz Indowisata), perpaduan warna merah dan gold, serta filosofi nama Alhijaz yang terinspirasi dari kota suci Mekah.
2. Efektivitas Strategi *Branding* dan Pemasaran PT Alhijaz Indowisata Cabang Kota Bengkulu. Strategi pemasaran berbasis 7P (*Product, Price, Place, Promotion, People, Physical Evidence, Process*) dinilai efektif dalam menarik minat jamaah milenial. Promosi digital, kolaborasi dengan ustaz dan tokoh masyarakat, serta

kualitas fasilitas seperti hotel dekat Masjidil Haram, bus nyaman, dan perlengkapan yang lengkap. Mampu meningkatkan kepercayaan dan kepuasan jamaah. Respon positif jamaah milenial menunjukkan bahwa *branding* dan pemasaran yang dilakukan sudah relevan dengan kebutuhan generasi milenial.

B. Saran

Sesudah melakukan penelitian pada PT Alhijaz Indowisata Cabang Kota Bengkulu mengenai Strategi *Branding* dan Pemasaran, penulis mempunyai saran yang membangun, sebagai berikut:

1. PT Alhijaz Indowisata Cabang Kota tetap mempertahankan keunggulan dalam persaingan bisnis serta terus memaksimalkan strategi branding dan pemasarannya agar tetap unggul dalam persaingan bisnis yang terus berkembang.
2. Terus menciptakan produk yang unik dan berbeda dari pesaing supaya tetap unggul dalam persaingan.
3. Terus meningkatkan kualitas pelayanan dengan evaluasi rutin agar pelayanan kepada jamaah selalu profesional dan memuaskan.

DAFTAR PUSTAKA

Afidah, Vivi Nurul, and Syahril Romli, '*Strategi Pemasaran Paket Ibadah Haji Dan Umroh Dalam Merekrut Jamaah Di PT Sela Express Tour Kota Pekanbaru*', Jurnal Riset Mahasiswa Dakwah Dan Komunikasi (JRMDK), 1.3 (2019), 183–200

Ahmad, Amar, and Nurhidaya, '*Media Sosial Dan Tantangan Masa Depan Generasi Milenial*', Avant Garde: Jurnal Ilmu Komunikasi, 8.2 (2020), 134–46

Alhijazindonesia.com, "*Profil PT Alhijaz Indowisata*"<
<https://alhijazindonesia.com/profil-sejarah-perusahaan>> (Diakses, 10 Februari 2025)

Amelia Fani and Anisah Ariyun, '*Strategi Pemasaran Dalam Meningkatkan Minat Jamaah Pada Era Digital Di Kota Bukittinggi*', JEBI: Jurnal Ekonomi dan Bisnis, 3.5 (2025), 1447-1456

Ana, Dina Putri, '*Strategi Digital Marketing Dalam Peningkatan Jamaah Umrah Millenial Pada Esq Tours Travel*' (Skripsi, UIN Syarif Hidayatullah Jakarta, 2023)'

Arifen, Syifa Rahmiani, Virda Dwi Purwanti, Dhesta Aprilla Suci, Rizki Hari Agustiawan, and Arip Rahman Sudrajat, '*Analisis Strategi Pemasaran Dalam Meningkatkan Daya Saing Umkm*', Konferensi Nasional Ilmu Administrasi, 4.2 (2019), 1–7

Ardiansyah, Risnita and Jailani Syahrani, '*Teknik Pengumpulan Data Dan Instrumen Penelitian Ilmiah Pendidikan*

Pada Pendekatan Kualitatif dan Kuantitatif, Jurnal Pendidikan Islam, 1.3 (2023), 1-9

Arifin, Antoni Ludfi, *'Karakter Kepemimpinan Cendekia Pada Generasi Milenial'*, Fokus Bisnis: Media Pengkajian Manajemen Dan Akuntansi, 20.1 (2021), 1–15

Astuti, Anissa Mayang Indri, and Shinta Ratnawati, *'Analisis SWOT Dalam Menentukan Strategi Pemasaran (Studi Kasus Di Kantor Pos Kota Magelang 56100)'*, Jurnal Ilmu Manajemen, 17.2 (2020), 58–70

Bps.go.id, *"Jumlah Penduduk Menurut Kelompok Umur dan Jenis Kelamin"* <<https://www.bps.go.id/id/statistics-table/jumlah-penduduk-menurut-kelompok-umur-dan-jenis-kelamin--ribu-jiwa/>> (Diakses, 28 Juni 2025)

Cahyani, Sukmo, *'Strategi Bauran Pemasaran Dalam Upaya Meningkatkan Jama'ah Umroh Millenial Untuk Berumroh Pada PT Kemang Nusantara Travel Bintaro* (Skripsi, Uin Syarif Hidayatullah Jakarta, 2021)'

Dayat, Muhammad, *'Strategi Pemasaran Dan Optimalisasi Bauran Pemasaran Dalam Merebut Calon Konsumen Jasa Pendidikan'*, Jurnal Mu'allim, 1.2 (2019), 299–218

Fadhilah, Dian Azmi, and Tami Pratiwi, *'Strategi Pemasaran Produk UMKM Melalui Penerapan Digital Marketing'*, Coopetition : Jurnal Ilmiah Manajemen, 12.1 (2021), 17–22

Fanaqi, Chotijah, Resty Mustika Pratiwi, and Firmansyah, '*Strategi Branding Pelaku Usaha Pariwisata Di Masa Pandemi*', BIEJ: Business Innovation & Entrepreneurship Journal, 2.4 (2020), 263–73

Hansen Seng, '*Investigasi Teknik Wawancara dalam Penelitian Kualitatif Manajemen Konstruksi*', Jurnal Teknik Sipil, 27.3 (2020), 283-294

Hereyah, Yoyoh, and Rafika Andriani, '*Gojek Re-Branding Menyasar Pangsa Pasar Milenial (Studi Kasus Rebranding Gojek)*', Kapitalisme Media Dan Komunikasi Politik Di Era Revolusi Industri, 2.1 (2020), 9–20

Humanika, '*Memahami Desain Metode Penelitian Kualitatif*', Humanika: Jurnal Ilmiah Kajian Humaniora, 21.1 (2021), 33-54

Istiqomah, Nur Hidayatul, Jamal Ghofir, and Latifatul Husniyah, '*Strategi Pemasaran Digital: Meningkatkan Minat Calon Jemaah Pada Biro Perjalanan Haji Dan Umrah Melalui Media Sosial*', Aswalalita (Journal of Dakwah Manajement), 1.1 (2023), 1–9

Khairunnisa, Citra Melati, '*Pemasaran Digital Sebagai Strategi Pemasaran: Conceptual Paper*', Jurnal Aplikasi Manajemen Dan Inovasi Bisnis, 5.1 (2022), 98–102

Kusuma Aldi Masda, '*Analisis Deskriptif Terhadap Pengembangan Media Pembelajaran E – Modul Interaktif Berbasis Software Aplikasi Lectora Inspire*' Jurnal Kajian

Pendidikan Teknik Bangunan (JKPTB), 07.02 (2021), 1-11

Lestari, Puput Puji, '*Dakwah Digital Untuk Generasi Millenial*', Jurnal Dakwah, 21.1 (2020), 41–58

Marbun Kiki Sapmala, '*Kesalahan Berbahasa Pada Penulisan Media Luar Ruang Di Barus Tapanuli Tengah*', Jurnal Bahasa Dan Sastra Indonesia, 1.2 (2021), 2775–4693

Meliana, Sherin, Romi Adetio Setiawan, and Khairiah Elwardah, '*Evaluasi Strategi Pemasaran Produk Cicil Emas Dengan Pendekatan Business Model Canvas Dalam Ihsan*', Jurnal Tabarru' : Islamic Banking and Finance, 7.1 (2024), 121–31

Musawwa, Aliyuddin, and Luluk Hanifah, '*Strategi Pemasaran Syariah Dalam Meningkatkan Jumlah Nasabah Produk Tabungan Haji Dan Umroh Ib Pada Btn Syariah Keps Gresik*', Jurnal Tabarru' : Islamic Banking and Finance, 2.11 (2023), 2–16

Nabila, Tasya, Romi Adetio Setiawan, and Adi Setiawan, '*Strategi Bimbingan Manasik Umrah Pada Zafa Tour Bengkulu Dalam Meningkatkan Pemahaman Jemaah*', Jurnal Fokus Manajemen, 4.2 (2024), 257–68

Naimah, Rahmatul Jannatin, Wahyu Wardhana, Rudi Haryanto, and Agus Pebriyanto, '*Penerapan Digital Marketing Sebagai Strategi Pemasaran UMKM*', Jurnal Impact : Implementation and Action, 2.2 (2020), 1–12

Nazaruddin, Nasrun, '*Analisis Strategi Pemasaran Dan*

Pelayanan Dalam Upaya Peningkatan Kualitas Daya Saing Biro Perjalanan Haji Dan Umroh Prospektif Ekonomi Syari'ah (Tesis, Universitas Islam Negeri Raden Intan Lampung, 2019)'

Nurdewi, *'Implementasi Personal Branding Smart Asn Perwujudan Bangga Melayani Di Provinsi Maluku Utara'*, SENTRI: Jurnal Riset Ilmiah, 1.2 (2022), 297–303 (h. 299)

Nugrahanto, Riyandi, *'Pemasaran Produk Umrah Melalui Internet Marketing PT Patuna Mekar Jaya Semarang* (Skripsi, Universitas Islam Negeri Walisongo Semarang, 2022)'

Marbun Kiki Sapmala, *'Kesalahan Berbahasa Pada Penulisan Media Luar Ruang Di Barus Tapanuli Tengah'*, Jurnal Bahasa Dan Sastra Indonesia, 1.2 (2021), 2775–4693

Putri Heni Julaika, and Murhayati Sri *'Metode Pengumpulan Data Kualitatif'*, Jurnal Pendidikan Tambusa, 9.2 (2022), 13074-13086

Oktavianingrum, Ayu, Dwi Nur Hidayati, and Ertien Rining Nawangsari, *'Strategi Branding Membangun Brand Identity Umkm'*, Jurnal Pengabdian Kepada Masyarakat Nusantara (JPKMN), 4.3 (2022), 1829–36

Ramadhan, Muhammad Faisal, and Udung Noor Rosyad, *'Strategi Branding Kopi Kewadanan Dalam Menghadapi Persaingan'*, Journal Riset Hubungan Masyarakat, 1.1 (2021), 15–21

Rambe, Dhea Nita Syafina, and Nuri Aslami, *'Analisis Strategi Pemasaran Dalam Pasar Global'*, El-Mujtama: Jurnal Pengabdian Masyarakat, 1.2 (2022), 213–23

Romli, Nada Arina, *Brand Marketing: The Art of Branding*, Edisi 1 (Kota Bandung: Cv. Media Sains Indonesia, 2022)

Rusdi, Moh, '*Strategi Pemasaran Untuk Meningkatkan Volume Penjualan Pada Perusahaan Genting Ud Berkah Jaya*', Jurnal Studi Manajemen Dan Bisnis, 6.2 (2019), 49–54

Safira, Bunga, '*Strategi Pemasaran Dalam Menarik Minat Jamaah Haji Dan Umrah Di Kota Metro Pada PT Saudi Patria Wisata Lampung* (Skripsi, Institut Agama Islam Negeri Metro, 2024)'

Saje, Arifin Nur, Nurliah, Kezia Arum Sary, and Jaka Farih Agustian, '*Strategi Branding Perusahaan Akurasi.Id Dalam Upaya Meningkatkan Iklan Politik*', Jurnal Common, 8.1 (2024), 5–16

Santoso, Sugeng, Ni Komang Aprilia Enisari, and Made Sania Indri Wahyuni, '*Analisis Keberadaan Branding Dalam Menunjang Digital Marketing Pada Usaha Mina Giri*', Management Sustainable Development Journal, 3.2 (2021), 70–80

Saputra, Wahyu Agung, Romi Adetio Setiawan, and Evan Stiawan, '*Analisis Strategi PT Fac Sekuritas Dalam Meningkatkan Jumlah Investor Di Pasar Modal Syariah*', Jurnal Tabarru' : Islamic Banking and Finance, 6.2 (2023), 752–61

Selpi, Romi Adetio Setiawan, and Makmur, '*Pengaruh Pemberitaan Kasus Penipuan Umroh Terhadap Minat*

Masyarakat Dalam Memilih Biro Perjalanan Umroh',
Edunomika, 08.04 (2024), 1–6

Sudiantini, Dian, and Hadita, '*Manajemen Strategi*', CV.
Pena Persada, 3.2 (2022), 8–204

Sulistio, Ahmad Budi, '*Branding Sebagai Inti Dari
Promosi Bisnis*', Jurnal ProFilm 2020-Boim-Membangun
Branding, 2.1 (2021), 1–16

Suprayitno Hery, Andari Bina, and Ahmad Robeth,
'*Strategi Branding untuk Penguatan Identitas UMKM Blitar:
Tinjauan dan Implementasi*', Jurnal Akuntansi, Manajemen dan
Ilmu Ekonomi (JASMIEN), 05.01 (2024), 89-93

Syaifudin, Rizal, Deris Desmawan, and Sugeng Setyadi,
'*Strategi Hotel Branding Akibat Pandemi Covid-19 Studi Kasus
Pada Hotel Bintang Empat Dan Lima Di Provinsi Banten*', Jurnal
Ilmiah Ilmu Manajemen Dan Kewirausahaan Jurusan Manajemen
Fakultas Ekonomi Dan Bisnis Universitas Bina Bangsa, 1.1
(2021), 243–57

Tiana Rida, Tamyis, and Ferna Feri, '*Strategi Pemasaran
Travel Haji Dan Umroh Dalam Meningkatkan Minat Jamaah
(Studi PT. Amara Tour And Travel Tahun 2024)*',
Multidisciplinary Journal of Religion and Social Sciences
(MJRS), 2.1 (2025), 117-125

Utami, Riska, and Achmad Fauzi, '*Strategi Pemasaran
Usaha Mikro, Kecil Dan Menengah (UMKM) Di Era Revolusi
Industri 4.0*', Jurnal Akuntansi Dan Manajemen Bisnis, 3.1

(2023), 90–94

Wantalangi, Regen, Anly Frinsisca Killa, Juliana, and David Eko Setiawan, '*Model Pembinaan Warga Gereja Bagi Generasi Milenial*', CARAKA: Jurnal Teologi Biblika Dan Praktika, 2.2 (2021), 125–42

Zabir, Zainuddin, Muslimin, and Kepin Saputra, '*Strategi Pemasaran Untuk Meningkatkan Penjualan Pada Usaha Umkm Sederhana (Studi Kasus Desa Konda Kec. Konda)*', Sultra Journal of Economic and Business, 3.2 (2022), 132–49

Zis, Sirajul Fuad, Nursyirwan Effendi, and Elva Ronaning Roem, '*Perubahan Perilaku Komunikasi Generasi Milenial Dan Generasi Z Di Era Digital*', Jurnal Satwika : Kajian Ilmu Budaya Dan Perubahan Sosial, 5.1 (2021), 69–87

