

BAB V

PENUTUP

A. Kesimpulan

Berdasarkan hasil penelitian dan pembahasan mengenai Persepsi Calon Jamaah terhadap Informasi dalam Brosur Promosi Umroh di PT BSTravel Kota Bengkulu, dapat disimpulkan bahwa:

1. Persepsi calon jamaah terhadap isi brosur promosi PT BSTravel Kota Bengkulu menunjukkan bahwa informasi yang disajikan mudah dipahami karena memuat keterangan mengenai harga paket, fasilitas, hotel, maskapai penerbangan, perlengkapan umroh, serta lama perjalanan secara jelas dan sistematis. Kejelasan informasi tersebut membantu calon jamaah memperoleh gambaran mengenai layanan yang ditawarkan sebelum memutuskan untuk mendaftar.
2. Informasi yang terdapat dalam brosur promosi PT BSTravel Kota Bengkulu dinilai mampu memberikan keyakinan kepada calon jamaah karena sesuai dengan kebutuhan informasi yang mereka perlukan sebelum mendaftar umroh. Kesesuaian antara informasi mengenai harga, fasilitas, dan program perjalanan dengan pelayanan yang diterima jamaah menunjukkan bahwa brosur menyajikan informasi yang jelas, transparan, dan dapat dipercaya sehingga

meningkatkan kepercayaan calon jamaah terhadap PT BSTravel Kota Bengkulu.

3. Tampilan dan bahasa yang digunakan dalam brosur promosi PT BSTravel Kota Bengkulu memberikan kesan positif serta mampu menumbuhkan kepercayaan calon jamaah. Desain brosur yang menarik, penyajian informasi yang rapi, dan penggunaan bahasa yang sederhana serta mudah dipahami membuat calon jamaah lebih tertarik untuk membaca isi brosur. Selain itu, kesesuaian antara informasi dalam brosur dengan pelayanan yang diberikan semakin memperkuat kepercayaan jamaah terhadap PT BSTravel Kota Bengkulu

B. Saran

Berdasarkan hasil penelitian yang telah dilakukan, peneliti memberikan beberapa saran sebagai berikut:

1. Bagi PT BSTravel, diharapkan dapat terus meningkatkan kualitas brosur promosi dengan menyajikan informasi yang lebih lengkap, jelas, dan mudah dipahami oleh berbagai kalangan masyarakat. Selain itu, tampilan brosur perlu terus diperbarui agar lebih menarik dan mampu mengikuti perkembangan media promosi saat ini.
2. Bagi petugas marketing PT BSTravel, diharapkan dapat terus menjaga kesesuaian antara informasi yang disampaikan dalam brosur dengan pelayanan yang diberikan kepada jamaah. Hal tersebut penting untuk mempertahankan

kepercayaan masyarakat dan menciptakan citra positif perusahaan di mata calon jamaah.

3. Bagi calon jamaah, diharapkan dapat memanfaatkan brosur promosi sebagai sumber informasi awal dalam memilih biro perjalanan umroh. Namun demikian, calon jamaah juga disarankan untuk melakukan konfirmasi langsung kepada pihak travel terkait informasi yang masih kurang dipahami agar memperoleh pemahaman yang lebih lengkap sebelum mengambil keputusan.
4. Bagi peneliti selanjutnya, diharapkan dapat mengembangkan penelitian mengenai media promosi umroh dengan menggunakan objek, lokasi, maupun pendekatan penelitian yang berbeda sehingga dapat menghasilkan temuan yang lebih luas dan mendalam mengenai efektivitas media promosi dalam menarik minat calon jamaah.

DAFTAR PUSTAKA

- Afifah, Aribati Julia. 2025. *Persepsi Kualitas Layanan Dan Perilaku Pengambilan Keputusan Jamaah Terhadap Pembelian Umroh PT. Intanaya Tour And Travel*. Skripsi. Universitas Islam Negeri Sunan Ampel Surabaya.
- Agustin, Eki. 2023. "Persepsi Konsumen Haji dan Umroh Dalam Memilih PT Ambassador Tour & Travel". *Jurnal Pendidikan West Science* 1(1).
- Alfaruqy, Muhammad Zulfa. 2020. *Buku Ajar Psikologi Komunikasi*. Semarang: Fakultas Psikologi Universitas Diponegoro.
- Assauri, Sofjan. 2015. *Manajemen Pemasaran*. Jakarta: Raja Grafindo Persada.
- Azizah, Nurlaila. 2022. "Pengaruh Informasi Promosi terhadap Kepercayaan Konsumen di Biro Perjalanan Haji dan Umroh". *Jurnal Ilmu Sosial dan Humaniora* 10(1).
- Chaerani, Ayu Nadia. 2020. *Faktor-Faktor yang Mempengaruhi Persepsi Calon Jamaah Haji Terhadap Pembatalan Haji Tahun 2020 di KUA Jatiasih Kota Bekasi*. Universitas Islam Negeri Syarif Hidayatullah Jakarta.
- Djafar, Shinta Meylina. 2020. *Psikologi*. Indonesia: Kementerian Kesehatan RI.
- Ekasari, S. N. 2021. "Analisis Promosi melalui Media Sosial dan Minat Jama'ah terhadap Paket Umroh". *Journal of Fundamental Management* 1(3).
- Hasan, Ali. 2021. *Marketing dan Kepuasan Pelanggan*. Yogyakarta: CAPS (Center for Academic Publishing Service).

- Hidayat, Dedy. 2020. *Komunikasi Pemasaran: Strategi dan Inovasi dalam Promosi*. Jakarta: Prenadamedia Group.
- Hulasoh, Ela. 2021. "Komunikasi Pemasaran Terpadu pada Produk Umroh ESQ Tours Travel". *Jurnal Komunikasi Terapan* 2(1).
- Jafar, Wahyu Abdul. 2021. *Persepsi Masyarakat Terhadap Urgensi Fiqh Moderat*. Bengkulu: Vanda.
- Jihan, Amir. 2024. *Analisis Strategi Pemasaran Dalam Meningkatkan Calon Jamaah Umrah Pada PT. Faroq Sulaiman Al Fatah Bondowoso*. Skripsi. UIN Khas Jember.
- Malik, Imam. 2022. *Pengantar Psikologi Umum*. Depok: Kalimedia.
- Maulana, Aditya. 2023. *Strategi Komunikasi Pemasaran Jasa dalam Industri Perjalanan Umroh*. Bandung: Alfabeta.
- Moleong, Lexy J. 2021. *Metodologi Penelitian Kualitatif*. Bandung: Remaja Rosdakarya.
- Nitasari, Fitri Nur. 2023. *Persepsi Jemaah Umrah Terhadap Keputusan Memilih PT. Kharisma Haramain Indonesia Di Kota Surakarta*. Skripsi. Universitas Islam Negeri Raden Mas Said Surakarta.
- Nur Syamsiyah. 2023. "Strategi Pemasaran Produk Umrah Pada Travel Smarts Umrah Lampung". *Multazam : Jurnal Manajemen Haji dan Umrah* 3(1).
- Putriana, Angelia, dkk. 2021. *Psikologi Komunikasi*. Medan: Yayasan Kita Menulis.
- Rakhmat, Jalaluddin. 2021. *Psikologi Komunikasi*. Bandung: Remaja Rosdakarya.

- Siliya, Apris. 2020. *Persepsi Konsumen Haji Dan Umroh Dalam Memilih PT. Al-Karima Tour Travel Kota Palangka Raya*. Skripsi. Institut Agama Islam Negeri Palangka Raya.
- Sohirin, Nur. 2020. *Pengaruh Persepsi Calon Jama'ah Haji Terhadap Kualitas Pelayanan Pada KBIH Bina Umat Yogyakarta*. Skripsi. UIN Sunan Kalijaga Yogyakarta.
- Sugiyono. 2020. *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D*. Bandung: Alfabeta.
- Sulastri, Rini. 2021. "Efektivitas Promosi dalam Meningkatkan Minat Konsumen pada Jasa Travel Umroh". *Jurnal Komunikasi & Bisnis* 6(2).
- Syamsiyah, Nur. 2023. "Strategi Pemasaran Produk Umrah pada Travel Smarts Umrah Lampung". *Multazam Journal: Jurnal Ilmu Manajemen Haji dan Umrah* 3(1).
- Syarifuddin, Sadli, Dhani Wijaya, & Lailatul Masudah. 2022. "Persepsi Calon Jamaah Haji Terhadap Program Interprofessional Education Berbasis Kesehatan Haji". *Journal of Islamic Pharmacy* 7(2).
- Walgito, Bimo. 2020. *Pengantar Psikologi Umum*. Yogyakarta: CV Andi Offset.
- Zamzam, Nurali Agus Najibul dan Udik Jatmiko. 2020. "Persepsi Jamaah Mengenai Fasilitas dan Biaya dalam Memilih Jasa Umroh". *Jurnal Ilmu Manajemen Advantage* 3(2).
- Zulfany, Aqilah, dkk. 2021. "Optimalisasi Promosi Digital Layanan Haji dan Umroh di Masa Pandemi". *Jurnal Ekonomi dan Bisnis* 7(1).