

BAB V

PENUTUP

A. Kesimpulan

Berdasarkan hasil penelitian yang telah dilakukan pada PT. Rafflesia Arba' Insani Tour and Travel Kota Bengkulu, maka dapat disimpulkan sebagai berikut:

1. Penerapan service marketing mix pada PT. Rafflesia Arba' Insani Tour and Travel Kota Bengkulu dalam penyelenggaraan pelayanan haji dan umrah telah diterapkan melalui unsur product, price, place, promotion, people, process, dan physical evidence. Perusahaan menyediakan berbagai paket layanan haji dan umrah, menetapkan harga yang disesuaikan dengan fasilitas, melakukan promosi melalui media sosial dan brosur, serta didukung oleh lokasi kantor yang strategis dan fasilitas yang memadai.
2. Bentuk pelayanan yang diberikan kepada jamaah haji dan umrah dilakukan secara terstruktur mulai dari proses pendaftaran, pengurusan dokumen, pelaksanaan manasik, pendampingan selama ibadah, hingga kepulangan jamaah. Pelayanan yang diberikan oleh staf dinilai ramah, responsif, dan membantu jamaah dalam setiap tahapan pelayanan sehingga mampu memberikan kepuasan dan meningkatkan kepercayaan jamaah terhadap perusahaan.

B. Saran

Berdasarkan hasil penelitian yang telah dilakukan, maka peneliti memberikan beberapa saran, yaitu PT. Rafflesia Arba' Insani Tour and Travel Kota Bengkulu diharapkan dapat terus meningkatkan kualitas pelayanan kepada jamaah dengan mengoptimalkan penerapan service marketing mix, terutama pada aspek pelayanan teknis, sistem pembayaran, serta pemanfaatan media promosi digital agar jangkauan pemasaran semakin luas. Perusahaan juga diharapkan dapat mempertahankan sikap profesional, ramah, dan responsif dari seluruh staf dalam melayani jamaah sehingga kepercayaan dan kepuasan jamaah tetap terjaga. Selain itu, bagi peneliti selanjutnya diharapkan dapat mengembangkan penelitian yang lebih luas mengenai service marketing mix pada perusahaan travel haji dan umrah dengan menggunakan objek dan pendekatan penelitian yang berbeda agar diperoleh hasil penelitian yang lebih mendalam dan beragam.

DAFTAR PUSTAKA

- Alfian, Randi. "Problematics Of The Implementation Of Hajj And Umrah (Study Of Law Number 8 Of 2019 Concerning The Implementation Of Hajj And Umrah)." *Yayasan Sinergi Multidimensi Kreatif* 1, no. 2 (2023).
<https://doi.org/https://doi.org/10.61306/ijmea.v1i2.18>.
- Andori, Hesmi. "Wawancara Dengan Tim PT. Rafflesia Arba' Insani." Bengkulu, 2026.
- Az-Zuhaili, Wahbah. *Al-Fiqh Al-Islami Wa Adillatuhu*. III. Damaskus: Dar al-Fikr, 1985.
- Booms, Bernard H, and Merry J Bitner. *Marketing Strategies and Organization Structures for Service Firms.* "In *Marketing of Services*, Edited by James H. Donnelly and William R. George. Chicago: American Marketing Association, 1981.
- Borden, Neil H. "The Concept of the Marketing Mix '," 1964.
- Deccasari, Dwi Danesty, and Sugeng Hariadi. "Analysis of the Effect of Product Quality , Service and Promotion on Repeat Purchase Interest in Customer Satisfaction Media (Study at Starbucks Malang City)" IX, no. 2454 (2025): 4679–90.
<https://doi.org/10.47772/IJRISS>.
- Fakhriyan, Sefti Adhaghassani, Sutriyati Purwanti, and M Si. "Strategi Bauran Pemasaran (Marketing Mix) 7p (Product , Price , Place , Promotion , People , Process , Physical

- Evidence) Di Cherryka Bakery,” no. Marketing Mix (n.d.): 1–10.
- Humaniora, Jurnal, and Muhammad Noor. “Haji Dan Umrah” 4 (2018): 38–42.
- Kasmir, and Jakfar. *Studi Kelayakan Bisnis*. Jakarta: Prenada Media, 2003.
- Keller, and Kotler. “Definisi Produk Dalam Marketing | Kotler Dan Keller (2019) – Djaslim (2003).” *Djasim*, 2019.
- Lovelock, and Christopher. “Services Marketing: People, Technology, Strategy.” 2011.
- Mas, Ahmad, Muhammad Ihsan Hamdy, and Mila Dinda Safira. “Place , Promotion) Pada Pt . Haluan Riau” 5, no. 2 (2019): 79–86.
- Mujiasih, Anis. “PENERAPAN STRATEGI MARKETING MIX DALAM MENINGKATKAN VOLUME PENJUALAN PADA TOKO FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM,” 2022.
- Novalita, Nona Mami. “Wawancara Dengan Jamaah Umroh.” Sawah Lebar, 2026.
- Nurhayaty, Maria. “Strategi Mix Marketing (Product, Price, Place, Promotion, People, and Physical Evidence) 7P.” *Jurnal Media Teknologi* 7, no. 2 (2022).

- Nurpiani, Mila, and Yosi Wulandari. "Rukun Haji Dalam Syair Haji Karya Muhamad Fanani: Kajian Hermeneutika Paul Ricouer." *Sawerigading* 30 (2024).
- Pamela, Sonia. "Analisis Marketing Mix Dalam Creation Brand Kuliner Milenial (Studi Kasus Lokal Coffee Di Kota Metro)." IAIN Metro, 2020.
- PT. Rafflesia Arba' Insani Tour and Travel Kota Bengkulu. "Brosur Paket Umrah Reguler Dan Umrah Plus." Bengkulu, 2026.
- Rijal Fadli, Muhammad. "Memahami Desain Metode Penelitian Kualitatif" 21, no. 1 (2021): 33–54.
<https://doi.org/10.21831/hum.v21i1>.
- Saidah. "Pengaruh Marketing Mix Terhadap Keputusan Pembelian Produk Minuman (Studi Kasus Pada Umkm Minuman Yotta Cabang Talasalapang)." IAIN Muhamadiyah Makasar, n.d.
- Sari, Muthia Ratna. "Strategi Bauran Pemasaran (Marketing Mix) Terhadap Penjualan Tanaman Hias (Studi Komparasi Di Yosomulyo Dan Pekalongan)." IAIN Metro, 2021.
- Sucipto. "Umrah Sebagai Gaya Hidup, Eksistensi Diri Dan Komoditas Industri: Menyaksikan Perubahan Keagamaan Warga Kota." *Kontekstualita: Jurnal Penelitian Sosial Keagamaan*, 2013.

- Swastha, Basu. *Manajemen Pemasaran*. Jakarta: Liberty, 2002.
- Utomo, Febby Perwiro. “Wawancara Dengan Jamah Umroh PT.Rafflesia Arba Insani Kota Bengkulu.” Bengkulu, 2026.
- Wadud, Muhammad. “Bauran Pemasaran Jasa (3 Ps : People , Process & Physical Evidence) Bagi Kepuasan Pelanggan” 8, no. 01 (2024).
- Widad, Romzatul, and Mabruroh Munif. “BRANDING STRATEGIES IN BUILDING CONSUMER TRUST” 1, no. 1 (2025): 1–3.
- Yahya, Fadil, Hasan Sultoni, and Mei Santi. “Anggota (Studi Kasus Di Koperasi Syirkah Muslim Indonesia Tulungagung)” 3 (2024): 77–93.
- Yusuf, A. Muri. “Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif & Penelitian Gabungan,.” *Kencacna*, 2017.
- Zebua, Darniati, Yupiter Mendrofa, and Emanuel Zebua. “Analisis Saluran Distribusi Dalam Meningkatkan Penjualan Produk Di PT. Incomarco Adi Prima Kota Gunungsitoli.” *Jurnal Ilmiah Metadata* 7, no. 1 (2025).
- Zulfikar, Iwan, and Andika Palewa. “Analisis Strategi Pemasaran Dalam Eangka Meningkatkan Kualitas Pelayanan Terhadap Jemaah Umroh Pada PT. Daanish Mika Salsa Di Bandar Lampung.” *Jurnal Manajemen Mandiri Saburai* 3, no. 1 (2019).