

BAB V

PENUTUP

5.1 Kesimpulan

Berdasarkan hasil penelitian yang telah dilakukan mengenai Peran Strategi Harga dan Promosi dalam Memengaruhi Keputusan Pembelian Jasa Umrah di PT. AQM Tour & Travel Bengkulu, dapat diambil beberapa kesimpulan sebagai berikut:

1. Strategi harga yang diterapkan oleh Pt. AQM Tour & Travel dinilai efektif dalam menarik minat konsumen. Harga disusun berdasarkan jenis paket, kualitas layanan, dan waktu keberangkatan. Kebijakan pembayaran secara cicilan serta potongan harga untuk pendaftaran rombongan sangat membantu konsumen, khususnya dari kalangan menengah. Hal ini menciptakan persepsi positif bahwa harga yang ditawarkan sebanding dengan fasilitas dan kenyamanan ibadah yang diberikan.
2. Strategi promosi yang dijalankan perusahaan juga berperan besar dalam membentuk keputusan pembelian. Promosi dilakukan secara aktif melalui media sosial, testimony jamaah, dan pendekatan dari mulut ke mulut. Strategi ini efektif membangun kepercayaan dan memperkuat citra perusahaan sebagai penyedia layanan umrah yang professional, amanah, dan dekat dengan masyarakat.
3. Gabungan antara strategi harga yang terjangkau dan promosi yang menyentuh sisi emosional dan spiritual konsumen mampu mendorong

terjadinya keputusan pembelian. Konsumen merasa yakin, nyaman, dan percaya untuk memilih PT. AQM Tour & Travel Bengkulu sebagai mitra dalam menjalankan ibadah umrah.

5.2 Saran

5.2.1 Bagi perusahaan (PT. AQM *Tour & Travel* Bengkulu)

Disarankan untuk terus mempertahankan transparansi harga dan fleksibilitas system pembayaran, serta meningkatkan inovasi dalam strategi promosi, khususnya di platform digital. Menjalin hubungan baik dengan alumni jamaah sebagai pengguna jasa sekaligus testimoni juga akan meningkatkan jangkauan promosi berbasis kepercayaan

5.2.2 Bagi Konsumen

Diharapkan lebih selektif dalam memilih penyelenggara umrah, dengan mempertimbangkan aspek harga, layanan, dan track record perusahaan agar ibadah dapat berjalan aman dan nyaman.

5.2.3 Bagi Peneliti Selanjutnya

Disarankan untuk memperluas objek dan lokasi penelitian, serta menambahkan variable lain seperti kualitas pelayanan atau kepuasan pelanggan agar memperoleh hasil yang lebih komprehensif dan bisa dibandingkan secara lebih luas antar biro umrah.