

ABSTRAK

Penelitian ini berjudul : “**Strategi Pemasaran Umrah Dalam Meningkatkan Jumlah Jamaah Di PT. Faza Atama Semesta**”. Persoalan yang dibahas dalam skripsi ini, yaitu: Bagaimana strategi pemasaran dalam meningkatkan jumlah jamaah haji dan umroh di PT. Faza Atama Semesta serta faktor pendukung dan penghambat dalam meningkatkan jumlah jamaah haji dan umroh. Tujuan Penelitian ini, yaitu: Untuk mengetahui strategi pemasaran dalam meningkatkan jumlah jamaah haji dan umroh di PT. Faza Atama Semesta serta Untuk mengetahui faktor pendukung dan penghambat dalam meningkatkan jumlah jamaah haji dan umroh. Penelitian ini menggunakan jenis penelitian kualitatif. Teknik pengumpulan data pada penelitian ini yaitu menggunakan metode wawancara, observasi dan dokumentasi. Teori yang digunakan didalam penelitian ini yaitu teori dari Philip Kotler. Teknik analisis data yang digunakan dalam penelitian ini ialah teknik dari Miles dan Huberman yaitu reduksi data, penyajian data dan penarikan kesimpulan. Hasil penelitian menunjukkan bahwa kegiatan strategi pemasaran yang dilakukan PT. Faza Atama Semesta dalam meningkatkan jumlah jamaah telah terlaksana dengan baik. Pelaksanaan kegiatan strategi pemasaran yang dilakukan ini baik dengan menggunakan bauran pemasaran yaitu: produk (*product*), harga (*price*), promosi (*promotion*) dan tempat (*place*). Serta ada dua faktor yang mempengaruhinya yaitu faktor pendukung dan penghambat. Adapun faktor pendukung dari strategi pemasaran ini ialah: Sumber Daya Manusia Yang Berkompeten dan Berkualitas serta harga paket umrah yang beragam. Untuk faktor penghambat dari strategi pemasaran ini ialah: persaingan dengan travel-travel umrah lainnya dan Informasi Yang Tidak Tersampaikan Dengan Akurat.

Kata Kunci: *Strategi Pemasaran, PT. Faza Atama Semesta, Jumlah Jamaah.*