

BAB V

PENUTUP

A. Kesimpulan

Berdasarkan Penelitian yang telah dilakukan oleh penelitian tentang Strategi Komunikasi Pemasaran Travel Perjalanan Umrah PT Muna Bina Insani cabang Palembang dalam meningkatkan Minat Beli Masyarakat di Kota Palembang. Maka dalam penelitian ini dapat disimpulkan:

1. Strategi Komunikasi Pemasaran yang dilakukan Travel Perjalanan Umrah PT Muna Bina Insani cabang Palembang untuk Meningkatkan Minat Beli Masyarakat Kota Palembang meliputi, Menentukan Tujuan Komunikasi Pemasaran, Menentukan Segmentasi dan *Targeting*, dan Menentukan Difrensiasi dan *Positioning*.
2. Minat Beli Masyarakat kota Palembang setelah diterapkan Strategi Komunikasi Pemasaran belum Mengalami Peningkatan Setelah diterapkannya Strategi Komunikasi Pemasaran dari Travel tersebut adapun aspek-aspek minat

3. beli yang meningkat meliputi, produk atau jasa mempunyai prioritas dari konsumen, konsumen memiliki perhatian pada produk mengenai informasi tentang produk atau jasa, adanya usaha dari konsumen untuk mendapatkan jasa dan terakhir konsumen senang merekomendasikan produk atau jasa kepada orang lain.

B. Saran

Dari hasil penelitian yang didapat, peneliti memberikan beberapa saran yaitu sebagai berikut.

1. Bagi PT Travel PT Muna Bina Insani diharapkan agar dapat menerapkan strategi komunikasi pemasaran dalam meningkatkan minat beli masyarakat kota Palembang lebih sehingga perusahaan akan terus dapat dipercaya oleh masyarakat.
2. Bagi masyarakat kota Palembang agar selalu termotivasi dan berikhtiar agar dapat melakukan ibadah umrah dan memilih biro perjalanan umrah dan haji yang baik
3. Bagi penelitian selanjutnya diharapkan agar dapat meneliti mengenai strategi komunikasi pemasaran dalam

meningkatkan minat beli konsumen dengan ranah penelitian yang lebih luas lagi.

DAFTAR PUSTAKA

- Arikunto, Suharsimi.2002, *Prosedur Penelitian Suatu Pendekatan Praktek*, Jakarta: Rineka Cipta.
- Assauri Sofjan, 2010, *Manajemen Pemasaran: Dasar, Konsep & Strategi*, Jakarta: Raja Grafindo Persada.
- Azwar, Saifuddin,1998, *Metode Penelitian*, Yogyakarta: Pustaka Pelajar.
- Bearman, Barry & Evans Joel R. 2002, *Strategi Manajeme*, Bandung: Alfabata.
- Black, et al., 2013, *Metode dan Masalah Penelitian Sosial*, Bandung: Refika Aditama.
- Canggara, Hafied. 2014, *Perencanaan dan Strategi Komunikasi*, Jakarta: Rajawali Pers, cet 2.
- Cravens W David, 1996, *Pemasaran Strategi, Edisi Keempat, jilid 2*, Jakarta: Erlangga.
- Effendy,onong Uchjana, 2002, *Ilmu Komunikasi Teori dan Praktek*, Bandung: PT Remaja Rodakarya.
- Hermawan Agus,2012, *Komunikasi Pemasaran*, Jakarta: Penerbit Erlangga.
- <https://haji.kemenag.go.id/v3/content/arab-saudi-rilis-statistik-haji-internasional-2018> Dikases 12 Februari 2019 , Pukul 21.00 WIB.
- Indriani, Ellisa. 2017, *Strategi Komunikasi Pemasaran Terpadu Untuk Meningkatkan Ekuitas Merek Solopos*, Skripsi,Surakarta:Universitas Muhammadiyah Surakarta.

- Kennedy, dkk, 2006, *Marketing Communication* Jakarta: PT. Bhuana Ilmu Populer
- Kotler ,Philip. 2019, *Manajemen Pemasaran*. Jakarta: PT Indeka, jilid 1, edisi 12
- Moriarty, Sandra dkk. 2011. *Advertising*. Jakarta: Kencana
- Morissan, M.A, 2010, *Periklanan Komunikasi Pemasaran Terpadu*, Jakarta: Kencana Prenamedia Group.
- Rasjid, Sulaiaman. 2009, *Fiqh Islam*, Bandung: Sinar Baru Algensindo, cet 43.
- Rizky M.Fakhru,Yasin Hanifa, “Pengaruh Promosi dan Harga Terhadap Minat Beli Perumahan Obama PT. Naila Adi Kurnia” *Jurnal Manajemen dan Bisnis*, vol14,No.02
- Rohim Syaiful, 2009, *Teori Komunikasi: Prespektif, Ragam dan Aplikasi*, Jakarta: Rineka Cipta.
- Saiful Bahri, *Strategi Komunikasi Pemasaran Penerbit Pustaka Iman*, Skripsi, Jakarta:UIN Syarif Hidayatullah.
- Simamora,2001, *Manajemen Sumber Daya Manusia*, cetakan ke III,Yogyakarta:STIE YKPN.
- Soemanagara, Rd, 2006, *Strategic Marketing Communication*, Bandung:Alfabeta.
- Soewadji ,Jusuf,2012, *Pengantar Metodologi Penelitian*, Bandung: Mitra Wacana Media
- Sunyoto, Danag 2013, *Manajemen Pemasaran (Pendekatan Konsep, Kasus, dan Psikologi Bisnis)*, Yogyakarta: Penerbit CAPS

Surachman S.A, 2008, *Dasar Dasar Manajemen Merek Alat Pemasaran Untuk Memengkan Persaingan*, Malang: Bayu Media Publising

Tjiptono Fandy, 2008, *Strategi Pemasaran edisi III*, Jakarta: Penerbit Andi.

Za'tari , Alauddin. 2019, *fikih ibadah Mazhab Syafi'i*, Jakarta:Pustaka Al-Kautsar.

Zhilqarnain, Hamzah. 2015 *Strategi Komunikasi Pemasaran Universitas Muhammadiyah Magelang*, Sekripsi ,Yogyakarta:Universitas Negeri Yogyakarta

