

BAB V KESIMPULAN DAN SARAN

A. Kesimpulan

Bedasarkan hasil analisis strategi marketing PT Gaido Azza Darussalam Indonesia cabang Kudus dalam merekrut jamaah haji dan umrah, maka penulis menarik kesimpulan yaitu:

1. Dalam merekrut jamaah haji dan umrah Gaido Travel & Tour Kudus menggunakan empat strategi yaitu, strategi produk, strategi harga, strategi distribusi dan strategi promosi.
 - a. Untuk strategi produk, Gaido Travel & Tour Kudus menyediakan berbagai variasi paket haji dan umrah dalam menetapkan produknya. Paket tersebut dibagi menjadi tiga variasi, yaitu paket reguler, plus dan khusus.
 - b. Strategi penetapan harga oleh Gaido Travel & Tour Kudus sesuai dengan apa yang didapat pelanggan, semakin tinggi harga produk yang dibayarkan maka semakin tinggi pula fasilitas yang didapatkan.
 - c. Strategi distribusi Gaido Travel & Tour Kudus adalah menyebar agen-agen di berbagai daerah bagi pelanggan yang sulit dijangkau. Dengan sistem pendistribusian dua jalur yaitu, jalur kooperat dan perseorangan.
 - d. Strategi promosi Gaido Travel & Tour lebih mengutamakan promosi dengan penjualan personal (*personal selling*). Karena penjualan personal memungkinkan terjadinya umpan balik secara langsung dan lebih tepat. Hal ini terjadi karena dampak dari presentasi penjualan
2. Terdapat beberapa aspek psikologi di dalam strategi marketing PT. Gaido Azza Darussalam Kudus dalam merekrut jamaah, yaitu:
 - a. Mempertahankan komitmen, dengan komitmen yang tinggi, PT Gaido Travel & Tour Kudus menetapkan kepercayaan konsumen. Hal tersebut dilakukan karena pasti ada kejujuran dan konsistensi di dalamnya.
 - b. Penetapan harga, konsumen cenderung menginginkan harga lebih murah dengan standar pelayanan maksimal. Hal tersebut terjadi karena otak manusia mengkodekan nomor begitu cepat (dan di luar kesadaran).
 - c. Psikografis, Tim Gaido Travel & Tour Kudus mengidentifikasi karakteristik kepribadian dan sikap yang mempengaruhi gaya hidup seseorang yang mempengaruhi pembelian

- d. Membangun persepsi, menciptakan persepsi-persepsi positif akan berdampak pada respon yang baik dari konsumen sehingga dapat menaikkan kualitas produk di mata calon konsumen.

B. Saran

Dari penelitian yang dilakukan penulis di Gaido Travel & Tour Kudus, maka dapat disampaikan beberapa saran yang kiranya dapat memberi manfaat bagi peneliti selanjutnya, antara lain:

1. Dalam penelitian ini tentu saja ada keterbatasan. Oleh karenanya akan lebih baik pada penelitian sejenis untuk saling mendukung dan melengkapi.
2. Pada penelitian ini baru berhasil hingga taraf temuan teori. Oleh karena itu perlu dilakukan verifikasi lebih lanjut untuk lebih memantapkannya.

