

ABSTRAK

Penelitian ini adalah bagaimana strategi marketing mix umroh PT. Mahabbah Islamic Tour & Travel dan apakah peningkatan jumlah jamaah setelah PT. Mahabbah Islamic Tour & Travel menerapkan strategi marketing mix. Penelitian ini dilakukan untuk mengetahui strategi marketing yang dilakukan oleh PT. Mahabbah Islamic Tour & Travel dalam meningkatkan penjualannya dengan berpedoman kepada marketing mix yaitu strategi menentukan produk, harga, distribusi dan promosi.

Penelitian ini merupakan penelitian lapangan (field research) dengan menggunakan deskriptif dengan pendekatan kualitatif yang mengorganisir sesuai data primer dan sekunder dengan teknik pengumpulan sesuai data wawancara, observasi dan dokumentasi.

Dari hasil penelitian ini strategi marketing yang diterapkan PT. Mahabbah Islamic Tour & Travel dalam merancang kegiatan strategi marketing dengan menggunakan marketing mix.

Kata Kunci : Strategi, *Marketing Mix*, Jumlah Jamaah Umroh

ABSTRAC

This research was conducted to determine the marketing strategy carried out by PT. Mahabbah Islamic Tour & Travel in increasing its sales is guided by the marketing mix, namely the strategy of determining product, price, distribution and promotion.

This research is a field research (field research) using descriptive with a qualitative approach that organizes according to primary and secondary data with data collection techniques according to interviews, observation and documentation.

From the results of this study the marketing strategy applied by PT. Mahabbah Islamic Tour & Travel in designing marketing strategy activities using the marketing mix.

Key Word: Strategy, Marketing Mix, Number Of Umroh Pilgrims