

ABSTRAK

Skripsi dengan judul “Pengaruh Bauran Pemasaran Terhadap Tingkat Konsumen Di PT Menara Kamilah Tours And Travel” yang ditulis oleh Aulia Fadhila Umami Putri, NIM. 126407203003, Pariwisata Syariah Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam Universitas Islam Negeri Sayyid Ali Rahmatullah Tulungagung. Pembimbing Didik Setiawan

Tingkat penjualan menjadi prioritas utama pada penelitian ini karena semakin banyak usaha jasa yang bergerak di bidang yang sama. Hal utama yang harus dipertahankan dalam usaha jasa untuk meningkatkan tingkat penjualan jasa yaitu *marketing mix* 7P, yang didalamnya terdapat *product* (produk), *price* (harga), *place* (tempat), *promotion* (promosi), *people* (orang), *process* (proses), dan *physical evidence* (bukti fisik). Penelitian ini mengangkat permasalahan *marketing mix* atau bauran pemasaran dengan tujuan untuk mengetahui pengaruh bauran pemasaran terhadap tingkat penjualan di PR Menara Kamilah Tours and Travel.

Rumusan masalah dalam penelitian ini yaitu (1) Bagaimana pengaruh bauran pemasaran (*product*, *price*, *place*, *promotion*, *people*, *physical evidence*) terhadap peningkatan jumlah konsumen di PT Menara Kamilah Tour and Travel?. Penelitian ini menggunakan pendekatan Kuantitatif. Teknik pengambilan sampel pada penelitian ini menggunakan *simple random sampling*. Jumlah sampel yang digunakan dalam penelitian ini sebanyak 93 responden yaitu pelanggan atau jamaah umroh di PT Menara Kamilah Tours and Travel. Tahap sekanjutnya, data kuisisioner akan dianalisis menggunakan diantaranya uji validitas, uji reliabilitas, uji normalitas, uji multikolinearitas, uji hesteroskedastisitas, analisa regresi lineer berganda, uji parsial, uji simultan, dan koefisiensi determinasi.

Pengujian hipotesis penelitian ini menggunakan 1) Uji hipotesis F dan T, yang menunjukkan bahwa variabel produk harga tempat dan promosi berpengaruh negatif dan signifikan, sedangkan, orang, proses, dan bukti fisik berpengaruh positif dan signifikan terhadap tingkat penjualan di PT Menara Kamilah Tours and Travel. 2) Uji validitas dan reliabilitas. 3) Uji asumsi klasik. 4) Koefisiensi determinasi.

Kata Kunci : *Bauran Pemasaran, Marketing mix 7P, Tingkat penjualan.*

ABSTRACT

Thesis with the title "The Influence of Marketing Mix on Consumer Level at PT Menara Kamilah Tours and Travel" written by Aulia Fadhila Umami Putri, NIM. 126407203003, Sharia Tourism, Faculty of Economics and Islamic Business, Sayyid Ali Rahmatullah State Islamic University, Tulungagung. Setiawan Tutor

Sales levels are the main priority in this research because more and more service businesses are operating in the same field. The main thing that must be maintained in a service business to increase the level of service sales is the 7P marketing mix, which includes product, price, place, promotion, people, process, and physical evidence (physical evidence). This research raises the issue of marketing mix with the aim of finding out the influence of the marketing mix on sales levels at PT Menara Kamilah Tours and Travel.

The formulation of the problem in this research is (1) How does the marketing mix (product, price, place, promotion, people, physical evidence) influence the increase in the number of consumers at PT Menara Kamilah Tour and Travel? This research uses a quantitative approach. The sampling technique in this research used simple random sampling. The number of samples used in this research was 93 respondents, namely customers or Umrah pilgrims at PT Menara Kamilah Tours and Travel. In the next stage, the questionnaire data will be analyzed using validity tests, reliability tests, normality tests, multicollinearity tests, heteroscedasticity tests, multiple linear regression analysis, partial tests, simultaneous tests, and coefficient of determination.

Testing the hypothesis of this research uses 1) Hypothesis test F and T, which shows that the product price, place and promotion variables have a negative and significant effect, while people, processes and physical evidence have a positive and significant effect on the level of sales at PT Menara Kamilah Tours and Travel. 2) Test validity and reliability. 3) Test classical assumptions. 4) Coefficient of determination.

Keywords: Marketing Mix, 7P Marketing Mix, Sales Level.