# ABSTRAK

Zahril Aini.2016. Skripsi.*Implementasi Strategi Nine P's Of Marketing Mix dalam Pemasaran Biro Perjalanan Umroh dan haji (Studi Kasus di PT. Arofahmina Tour and Travel Surabaya)*

Kata kunci:*Marketing Mix, product, price, place, promotion, people, process, physical evident, payment, packaging*

Perkembangan travel Haji dan Umroh berkembang sangat cepat disertai dengan penerapan strategi yang dijalankan. Sebuah perusahaan jasa dalam menjalankan bisnisnya dapat mengimplementasikan strategi pemasaran yang dirancang dan memberikan umpan balik strategi pemasaran yang dijalankan, agar berhasil dengan baik dan efektif perusahaan menerapkan strategi yang mempunyai pengaryh besar untuk menjalankan bisnisnya. Untuk itu, penulis mengangkat penelitian ini mengenai strategi bauran pemasaran *Nine P's Of Marketing Mix* dan tahapan dalam pemasaran yang, dalam hal ini mengambil study kasus pada PT. Arofahmina Tour and Travel Surabaya.Fokus masalah yang diteliti dalam penilitian ini adalahBagaimana Implementasi strategi *nine p's of marketing mix* dalam pemasaran biro perjalanan umroh dan haji pada PT. Arofahmina Tiur and Travel Surabaya ?

Dalam menjawab permasalahan tersebut digunakan pendekatan kualitatif *Descriptive,* yaitu menganalisa dan menyajikan data fakta secara sistematik sehingga dapat lebih mudah untuk dipahami dan disimpulkan.Pengumpulan data dikumpulkan dengan wawancara, dokumentasi, dan observasi. Teknik analisa data menggunakan teknik triangulasi. Sedangkan teknik analisa data menggunakan teknik analisis data kualitatif Miles dan Huberman, yaitu reduksi data, penyajian data, penarikan kesimpulan.

Hasil penelitian yang diperoleh adalah Implementasi kebijakan PT. Arofahmina Tour and Travel Surabaya secara keseluruhan hasil dan tujuannya untuk meningkatkan volume penjualan yang telah tercapai melalui strategi bauran pemasaran (*marketing mix*) berdasarkan teori yang dikemukakan oleh Gladish Chan yaitu *product, price, place, promotion, people, process, physical evident, payment, packaging.* Sedangkan strategi bauran pemasaran yang diterapkan oleh PT. Arofahmina Tour and Travel adalah semua sttrategi bauran pemasaran yaitu strategi *product, price, place, promotion, people, process, physical evident, packaging., payment.*

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id