ABSTRAK

Travel and Tour UIN Sunan Ampel merupakan salah satu usaha yang dimiliki oleh kampus UIN Sunan Ampel Surabaya yang menyediakan berbagai tiket *travel and* tour dengan berbagai airlines. Ada strategi-strategi khusus dalam meningkatkan motivasi konsumen dalam membeli tiket melalui *Travel and Tour* UIN Sunan Ampel. Hal inilah yang melatarbelakangi dilakukannya penelitian mengenai "**Analisis Strategi Pemasaran Usaha *Travel and Tour* UIN Sunan Ampel**".

Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis strategi pemasaran usaha *Travel and Tour* UIN Sunan Ampel serta motivasi konsumennya. Penelitian ini merupakan jenis penelitian kualitatif yang menggunakan analisis induktif dengan melihat pemasaran *Travel and Tour* UIN Sunan Ampel dan motivasi konsumen.Untuk mengetahui hal tersebut, maka digunakan analisis induktif dengan meneliti strategi pemasaran *Travel and Tour* UIN Sunan Ampel. Teknik pengumpulan data *Travel and Tour* UIN Sunan Ampel dilakukan dengan metode wawancara dan dokumentasi.

Berdasarkan dari hasil penelitian dan pembahasanbahwa StrategipemasaranUsaha *Travel and Tour* Universitas Islam Negeri Sunan Ampel Surabayamenggunakanstrategi 4P yaitu: 1. *Place*, bertempatdekatdengancivitasakademiksehinggamemudahkanpemesanantiket. 2. *Product*, *Corporate Online System*merupakanfasilitaskeagenan yang diberikanolehmaskapai Garuda Indonesia kepadaPerguruanTinggiNegerisebagai*corporate partner, Travel* AgentdanSub *Agent.* 3.*Price,* strategiinidenganpenerapanhargasamadenganpesaing, *Adaptive Pricing*atauadaptasiharga, PengenalanProduk, 4. *Promotion,* promosimenggunakan banner serta*sponshorsip*pada even-even di kampus. Sedangkan dalammembelitiket *Travel and Tour* UIN SunanAmpel Surabaya konsumenmemilikibeberpamotif, motiftersebutadalah: 1. Harga yang bersaing., 2. KemudahanTransaksi., 3. Lokasi *Travel and Tour* Universitas Islam Negeri SunanAmpel Surabaya, 4. Diskon Garuda Airlines sebesar 25%.

Namun, masih ada beberapa hal yang perlu dikembangkan bagi kemajuan *Travel and Tour* Universitas Islam NegeriSunanAmpel Surabaya. Sebaiknya bagi *Travel and Tour* UIN SunanAmpel Surabaya menjalankanbisnisnya 24 jam agar bisadiaksessetiapsaatolehkonsumen. Selain itu, promosi yang dilakukan *Travel and Tour* Universitas Islam NegeriSunanAmpel Surabaya harusmenyeluruh, bukan hanya melalui dari mulut ke mulut saja melainkan jugamelalui media massa, sehingadapatdiketahuiolehkonsumenlainnya.

Kata kunci: *Travel* dan Motivasi

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