

BAB V

PENUTUP

A. Kesimpulan

Berdasarkan pembahasan di atas, maka dapat disimpulkan:

Komunikasi yang digunakan PT. Raihan Alya Tour dalam menarik minat konsumen memiliki beberapa cara yaitu TVRI Kalimantan Tengah, hubungan masyarakat, brosur, spanduk, *billboard*, publikasi dan *WOM*. Akan tetapi *WOM* merupakan bauran komunikasi pemasaran utama PT. Raihan Alya Tour, sebagian besar informan yang menggunakan jasa travel haji dan umrah tertarik melalui *WOM*.

B. Saran

Berdasarkan kesimpulan penelitian, maka penulis merekomendasikan beberapa saran-saran, sebagai berikut:

1. Bagi PT. Raihan Alya Tour, agar melakukan pengarsipan pada dokumen penting perusahaan baik itu anggaran atau perencanaan agar memudahkan dalam merancang komunikasi pemasaran yang transparan.
2. Bagi PT. Raihan Alya Tour, agar memberitahukan keberadaan perusahaannya pada departemen agama agar memudahkan pada pendataan travel yang ada di Palangka Raya.