

BAB V

KESIMPULAN DAN REKOMENDASI

5.1 Kesimpulan

Berdasarkan hasil penelitian melalui analisis deskriptif dan verifikatif dapat disimpulkan bahwa pengaruh *Direct Mail* dan *Telemarketing* terhadap keputusan pembelian paket umrah di Raka Tours and Travel dengan menggunakan regresi linier berganda dapat diambil kesimpulan sebagai berikut:

1. *Direct mail* menjadi sub variabel dengan skor tertinggi, karena jamaah merasakan secara langsung manfaat dari penawaran yang diberikan melalui media elektronik (*email*) ini. Dimana informasi yang diberikan menjadi acuan bagi calon jamaah sebagai salah satu tolak ukur dalam memutuskan pembelian paket umrah. Sedangkan sub variabel dengan nilai terendah adalah *telemarketing*, hal ini dikarenakan kepiawaian karyawan dalam memberikan informasi menjadi hal yang sangat mempengaruhi calon jamaah, kejelasan informasi yang diberikan hingga keramahan dari karyawan Raka Tours and Travel sendiri menjadi tolak ukur bagi jamaah dalam meneruskan komunikasi menjadi sebuah proses transaksi
2. Kontribusi paling tinggi dari diantara sub variabel keputusan pembelian adalah pilihan waktu dan pembelian, hal ini dikarenakan jamaah Raka Tours and Travel merasa tingkat kesesuaian waktu umrah dengan waktu

jamaah sudah cukup sesuai. Sedangkan sub variabel terendah adalah tingkat kesesuaian paket umrah dengan keinginan jamaah, hal ini dikarenakan tidak semua jamaah merasakan paket umrah dimana di dalamnya terdapat beberapa tempat yang diinginkan jamaah namun tidak tercantum dalam paket umrah Raka Tours and Travel.

3. Terdapat pengaruh yang positif antara *direct marketing* dimana di dalamnya terdapat dimensi *direct mail* dan *telemarketing* terhadap keputusan pembelian paket umrah Raka Tours and Travel, dikarenakan secara keseluruhan nilai $t_{hitung} > t_{tabel}$, artinya semakin baik pelaksanaan *direct marketing* dimana didalamnya terdapat *direct mail* dan *telemarketing*, maka akan semakin mempengaruhi keputusan pembelian paket umrah Raka Tours and Travel.

5.2 Rekomendasi

Berdasarkan hasil penelitian yang diperoleh dari temuan yang telah dihasilkan, maka penulis merekomendasikan hal-hal berikut ini dengan harapan akan memberikan kontribusi bagi kemajuan juga perkembangan Raka Tours and Travel sebagai salah satu Biro Perjalanan Wisata yang turut menyelenggarakan umrah di Kota Bandung. Rekomendasi yang dapat diberikan adalah sebagai berikut :

1. Pihak perusahaan lebih mengoptimalkan divisi umrah dan haji yang dimiliki perusahaan. Dimana saat ini keberadaannya masih belum dirasakan maksimal dikarenakan tidak adanya staff khusus haji dan unrah yang dimiliki perusahaan. Sehingga pemasaran paket haji khususnya umrah tidak dilaksanakan secara terfokus dan memiliki target pasar yang jelas.
2. Mengupayakan keragaman paket umrah yang dimiliki perusahaan. Dengan adanya paket umrah yang beragam dapat dipastikan calon jamaah memiliki banyak pilihan dan dapat lebih mempertimbangkan paket umrah yang dimiliki dibandingkan paket umrah yang ada di perusahaan lain.
3. Meningkatkan keterampilan karyawan baik dalam menggunakan berbagai media untuk memasarkan paket umrah, juga dalam keterampilan karyawan dalam berkomunikasi baik secara telepon maupun secara langsung dengan perusahaan. Hal ini dirasakan penting, karena tenaga pemasar merupakan pembentuk *image* bagi perusahaan di mata calon jamaah.
4. Meningkatkan semua unsur yang terdapat dalam paket umrah. Seperti proses administrasi serta pembayaran sehingga jamaah merasakan kenyamanan dalam bertransaksi, selain itu fasilitas yang terdapat dalam paket seperti fasilitas hotel, fasilitas kendaraan yang digunakan hingga kualitas dari pembimbing umrah sendiri. Hal tersebut dimaksudkan untuk meningkatkan keputusan pembelian bagi calon jamaah.

5. Mengupayakan diadakannya pengajian atau pertemuan yang secara rutin dilaksanakan oleh perusahaan dengan beranggotakan jamaah yang telah menggunakan paket umrah, sehingga hubungan perusahaan dengan pelanggan dari paket umrah dapat terjalin dengan baik, selain itu kerjasama yang dibina dengan jamaah dapat menghasilkan input yang positif bagi perusahaan.

