

ABSTRAK

ANALISIS PENGARUH BAURAN PEMASARAN TERHADAP PERSEPSI KONSUMEN DALAM MEMILIH BIRO PERJALANAN TRAVEL UMRAH PADA PT. MANDIRI CEMERLANG PEKANBARU

OLEH

NIDYA MASITTHA

115210820

Penelitian ini bertujuan untuk mengkaji dan menganalisis pengaruh bauran pemasaran yang terdiri dari Produk, Harga, Promosi dan Tempat terhadap persepsi konsumen seperti Ekuitas Merek, Pembimbing, Referensi, Perlakuan Khusus dalam memilih biro perjalanan umroh pada PT. Mandiri Cemerlang Pekanbaru, dan untuk mengkaji menganalisis diantara bauran pemasaran yang dominan berpengaruh terhadap persepsi konsumen,. Penelitian ini bersifat survey dengan penelitian kuantitatif, populasi penelitian konsumen yang melakukan pembelian paket umroh. Sampel menggunakan rumus slovin sebanyak 65 responden, teknik pengumpulan data menggunakan observasi, wawancara, kuisioner dan teknik dokumentasi. Analisis data yang digunakan adalah regresi lionier berganda, hasil penelitian menunjukkan bahwa bauran pemasaran berpengaruh pada persepsi konsumen dalam memilih paket umroh pada PT. Mandiri Cemerlang Pekanbaru. Secara persial variabel bauran pemasaran dan persepsi konsumen berpengaruh pada keputusan jama'ah dalam memilih paket umroh pada biro perjalanan PT. Mandiri Cemerlang di Pekanbaru.

Kata Kunci: Bauran Pemasaran, Persepsi Konsumen, Biro Perjalanan Umroh