

STRATEGI BAURAN PEMASARAN PAKET WISATA LUAR NEGERI DI ANGKASA YUDISTIRA TRAVEL

Oleh

**Lutfi Nurul Hanifa
NPM 20756071**

RINGKASAN

Angkasa Yudistira Travel melakukan strategi bauran pemasaran pada paket wisata luar negeri agar meningkatkan kepercayaan calon wisatawan dan mempengaruhi keputusan mereka dalam memilih paket wisata yang ditawarkan. Penyusunan tugas akhir ini bertujuan untuk 1) mendeskripsikan paket wisata luar negeri di Angkasa Yudistira Travel, 2) mendeskripsikan strategi bauran pemasaran yang digunakan di Angkasa Yudistira Travel. Metode yang digunakan dalam penyelesaian tugas akhir ini adalah wawancara, observasi dan dokumentasi dengan menggunakan dua data yaitu data primer dan data sekunder serta menggunakan metode deskriptif kualitatif. Hasil dan pembahasan dari tugas akhir ini menunjukkan Angkasa Yudistira Travel memiliki banyak paket wisata dengan tujuan perjalanan, layanan dan harga yang berbeda. Kemudian dalam melakukan pemasarannya Angkasa Yudistira Travel menerapkan strategi bauran pemasaran yang terdiri atas 7P yang dapat dipaparkan sebagai berikut: 1) *product* : produk berupa paket wisata luar negeri, 2) *price* : harga dan pembayaran yang dapat disesuaikan dengan daya beli konsumen 3) *place* : lokasi kantor pusat yang berada di Lampung menggunakan saluran distribusi langsung dan tidak langsung, 4) *promotion* : promosi secara *online* dan *offline*, 5) *people* : memiliki pemimpin perusahaan dan karyawan serta konsumen *loyal*, 6) *physical evidence* : memiliki kantor untuk operasional kerja, fasilitas kerja dan seragam khusus, dan 7) *process* : memiliki proses pelayanan yang terarah.

Kata Kunci: Bauran Pemasaran Paket Wisata Luar Negeri, Angkasa Yudistira Travel.