

DAFTAR ISI

HALAMAN JUDUL.....	ii
PERSETUJUANPEMBIMBING.....	iii
PENGESAHAN PENGUJI.....	iv
MOTTO	v
PERSEMBAHAN	vi
PRAKATA.....	vii
DAFTAR ISI.....	ix
DAFTAR TABEL.....	xi
DAFTAR GAMBAR	xii
DAFTAR LAMPIRAN.....	xiii
PERNYATAAN KEASLIAN.....	xiv
ABSTRAK	xv
BAB I PENDAHULUAN.....	1
A. Konteks Penelitian	1
B. Fokus dan Pertanyaan Penelitian	13
C. Tujuan Penelitian	14
D. Kegunaan Penelitian.....	14
E. Penegasan Istilah.....	15
F. Penegasan Istilah.....	19
BAB II KAJIAN PUSTAKA	21
A. Strategi Pemasaran	21
B. Minat Ibadah Haji dan Umrah.....	39
C. Travel Haji dan Umrah.....	52
D. Penelitian Terdahulu	56
E. Paradigma Berpikir	67
BAB III METODE PENELITIAN	70
A. Rancangan Penelitian	70
B. Lokasi Penelitian	71

C. Kehadiran Peneliti.....	73
D. Sumber Data.....	75
E. Teknik Pengumpulan Data.....	76
F. Teknik Analisis Data.....	80
G. Pengecekan Keabsahan Temuan.....	84
H. Tahap-tahap Penelitian	90
BAB IV HASIL PENELITIAN.....	92
A. Paparan Data	92
B. Temuan Penelitian.....	162
C. Analisis Lintas Situs.....	166
BAB V PEMBAHASAN	170
A. Strategi Pemasaran <i>Price</i> dalam meningkatkan jemaah haji dan umrah di PT Arofah Mina Cabang Tulungagung dan PT Menara Kamila Tulungagung.....	170
B. Strategi Pemasaran <i>Promotion</i> dalam meningkatkan jemaah haji dan umrah di PT Arofah Mina Cabang Tulungagung dan PT Menara Kamila Tulungagung	175
C. Strategi Pemasaran <i>Product</i> dalam meningkatkan jemaah haji dan umrah di PT Arofah Mina Cabang Tulungagung dan PT Menara Kamila Tulungagung.....	179
D. Strategi Pemasaran <i>Place</i> dalam meningkatkan jemaah haji dan umrah di PT Arofah Mina Cabang Tulungagung dan PT Menara Kamila Tulungagung.....	186
BAB VI PENUTUP	191
A. Kesimpulan	191
B. Implikasi.....	192
C. Saran.....	192
DAFTAR RUJUKAN	194
LAMPIRAN-LAMPIRAN	199