

DAFTAR ISI

Persetujuan	i
Pengesahan	ii
Pernyataan Keaslian	iii
Motto	iv
Persembahan	v
Prakata	vi
Abstrak	xi
Abstract	xiii
Daftar Isi	xv

BAB I: PENDAHULUAN

A. Kontek Penelitian	1
B..Fokus dan Pertanyaan Penelitian	18
C.. Tujuan Penelitian	18
D. Kegunaan Penelitian	19
1. Kegunaan Teoritis	19
2. Kegunaan Praktis	19
E.. Penegasan Istilah	20
1. Konseptual	20
2. Operasional	21

BAB II: KAJIAN PUSTAKA

A. Implementasi	22
B..Strategi Bauran Pemasaran (Marketing mix).....	24
1. Diskripsi Strategi	24
2. Diskripsi Bauran Pemasaran	26
3. Konsep Bauran Pemasaran	28
a...Konsep Produk (Product)	28
b...Konsep Harga (price)	28
c...Konsep Tempat/place)	28

d...Konsep Promosi (promotion)	28
e...Konsep Proses (Process)	29
f. ..Konsep Orang (People)	29
g...Physical Evidence (Bukti Fisik)	30
C.. Bauran pemasaran dalam perspektif Islam	30
1. Diskripsi pemasaran dalam Islam	30
2. Empat Konsep Bauran Pemasaran Dalam Perspektif Islam	35
1. Konsep Produk (Product)	
35	
2. Konsep Harga (Price)	
37	
3. Konsep Tempat (Place)	41
4. Konsep Promosi (Promotion)	43
3. Halal toursm	46
1. Diskripsi Halal Toursm	46
2. Landasan filosofis Halal Toursm	50
3. Ayat dan hadist tentang halal toursm	51
4. Regulasi halal Toursm	53
5. Fatwa DSN MUI tentang halal Toursm	55

BAB III: METODE PENELITIAN

A. Pendekatan dan Jenis Penelitian	57
B..Kehadiran Peneliti	58
C..Lokasi Penelitian	59
D. Sumber Data	59
E..Teknik Pengumpulan data	60
1. Observasi Partisipatif	60
2. Wawancara Mendalam	61
3. Dokumentasi	62
F.. Teknik Analisa Data	62
1. Analisa data Situs Tunggal	63

a. ...Reduksi Data	63
b....Penyajian Data	63
c. ...Penarikan Kesimpulan	64
G. Pengecekan Keabsahan Data	65
H. Tahap Penelitian	66
a. Tahap Pra-Lapangan	66
b. Tahap Pekerjaan Lapangan	67
c. Tahap Analisis Data	67
I...Sistematika Penelitian	68

BAB IV: PAPARAN DATA DAN HASIL PENELITIAN

A. Profil Kawasan Wisata Tulungagung	70
1. Gambaran Umum Pariwisata di Kabupaten Tulungagung	70
2. Karakteristik Geografis di Kabupaten Tulungagung	75
B..Diskripsi data	77
1. Implementasi strategi bauran pemasaran product pada Kawasan wisata Kabupaten Tulungagung.....	77
2. Implementasi strategi bauran pemasaran price pada Kawasan wisata Kabupaten Tulungagung.....	80
3. Implementasi strategi bauran pemasaran place pada Kawasan wisata Kabupaten Tulungagung.....	83
4. Implementasi strategi bauran pemasaran promotion pada Kawasan wisata Kabupaten Tulungagung.....	84
5. Implementasi strategi bauran pemasaran aspek person/orang atau sumber daya manusia pada Kawasan wisata Kabupaten Tulungagung.....	88
C. Temuan Penelitian	90
1...Implementasi strategi bauran 7 product pada Kawasan wisata Kabupaten Tulungagung.....	90
2...Implementasi strategi bauran pemasaran price pada Kawasan wisata Kabupaten Tulungagung.....	93

3... Implementasi strategi bauran pemasaran place pada Kawasan wisata Kabupaten Tulungagung.....	95
4... Implementasi strategi bauran pemasaran promotion pada Kawasan wisata Kabupaten Tulungagung.....	96
5... Implementasi strategi bauran pemasaran aspek person/orang atau sumber daya manusia pada Kawasan wisata Kabupaten Tulungagung.....	99

BAB V : PEMBAHASAN

1. Implementasi strategi bauran pemasaran product pada Kawasan wisata Kabupaten Tulungagung dalam perspektif halal toursm	101
2. Implementasi strategi bauran pemasaran price pada Kawasan wisata Kabupaten Tulungagung dalam perspektif halal toursm	103
3. Implementasi strategi bauran pemasaran place pada Kawasan wisata Kabupaten Tulungagung dalam perspektif halal toursm	105
4. Implementasi strategi bauran pemasaran promotion pada Kawasan wisata Kabupaten Tulungagung dalam perspektif halal toursm	108
5. Implementasi strategi bauran pemasaran promotion pada Kawasan wisata Kabupaten Tulungagung dalam perspektif halal toursm	110

BAB VI : PENUTUP

A...Kesimpulan	114
B...Saran	117

DAFTAR PUSTAKA

LAMPIRAN xix