

DAFTAR ISI

PERSETUJUAN PEMBIMBING	iii
LEMBAR PENGESAHAN	iv
PERNYATAAN KEASLIAN TULISAN	v
PERNYATAAN KESEDIAAN PUBLIKASI KARYA ILMIAH	vi
MOTTO	vii
HALAMAN PERSEMBAHAN	viii
PRAKATA	ix
DAFTAR ISI	xi
DAFTAR TABEL	xiii
DAFTAR GAMBAR	xiv
DAFTAR LAMPIRAN	xv
ABSTRAK	xvi
ABSTRACT	xvii
BAB I PENDAHULUAN	1
A. Konteks Penelitian	1
B. Fokus dan Pertanyaan Penelitian.....	12
C. Batasan Penelitian.....	13
D. Tujuan Penelitian	14
E. Kegunaan Penelitian.....	14
F. Penegasan Istilah.....	15
G. Definisi Operasional.....	17
H. Sistematika Pembahasan Skripsi.....	18
BAB II LANDASAN TEORI	22
A. Manajemen Pemasaran.....	22
B. Strategi Pemasaran	24
C. Pemasaran Syariah	37
D. Minat Calon Jamaah.....	41
E. Jasa	44
F. Biro Perjalanan Wisata Umrah	45

G. Konsumen (Jamaah)	46
H. Umrah.....	47
I. Penelitian Terdahulu.....	51
J. Kerangka Teoritik Penelitian.....	56
BAB III METODE PENELITIAN.....	58
A. Pendekatan dan Jenis Penelitian	58
B. Lokasi Penelitian.....	59
C. Kehadiran Peneliti.....	60
D. Data dan Sumber Data.....	61
E. Teknik Pengumpulan Data	63
F. Instrumen Data	65
G. Teknik Analisis Data	66
H. Pengecekan Keabsahan Data dan Temuan.....	67
I. Tahap-tahap Penelitian.....	69
BAB IV HASIL PENELITIAN.....	70
A. Paparan Data	70
B. Hasil Temuan	80
BAB V PEMBAHASAN	127
A. Strategi Pemasaran dalam Meningkatkan Minat Calon Jamaah Umrah PT. Menara Kamilah <i>Tour and Travel</i> Tulungagung.....	127
B. Faktor Pendukung dan Penghambat dalam Meningkatkan Minat Calon Jamaah Umrah PT. Menara Kamilah <i>Tour and Travel</i> Tulungagung.....	139
C. Solusi dalam Menghadapi Faktor Penghambat dalam Meningkatkan Minat Calon Jamaah Umrah PT. Menara Kamilah <i>Tour and Travel</i> Tulungagung.....	146
BAB VI PENUTUP.....	151
A. Kesimpulan.....	151
B. Saran.....	154
DAFTAR PUSTAKA.....	156
LAMPIRAN-LAMPIRAN	148