DAFTAR ISI

Halaman Sampul Depan i
Halaman Judul ii
Persetujuan Pembimbing iii
Pengesahan iv
Pernyataan Keaslian Tulisan v
Pernyataan Kesediaan Publikasi Karya Ilmiah vi
Motto vii
Persembahan viii
Kata Pengantar ix
Daftar Isi xi
Daftar Tabel xiv
Daftar Gambar xv
Daftar Lampiran xvi
Abstrak xvii
Abstract xviii
BAB I PENDAHULUAN 1
A. Konteks Penelitian 1
B. Fokus Penelitian 7
C. Tujuan Penulisan 7
D. Manfaat penelitian 8
E. Penegasan Istilah 12
BAB II KAJIAN TEORI 19
A. Landasan Teoritis 19
1. Strategi 19

2. Pemasaran Digital 21
3. Media Sosial 30
4. Instagram 34
5. Promosi 37
6. Umrah 39
B. Penelitian Terdahulu 41
C. Kerangka Berpikir Teoritis 49
BAB III METODE PENELITIAN 52
A. Pendekatan dan Jenis Penelitian 52
B. Lokasi Penelitian 53
C. Kehadiran Peneliti 54
D. Data dan Sumber Data 55
E. Teknik Pengumpulan Data 58
F. Teknik Analisis Data 60
G. Pengecekan Keabsahan Temuan 65
H. Tahap-Tahap Penelitian 66
BAB IV PAPARAN DATA DAN HASIL PENELITIAN 68
A. Gambaran Umum PT Jabal Noor Trenggalek 68
B. Paparan Data 72
1. Strategi pemasaran digital melalui media sosial instagram untuk sarana promosi serta meningkatkan jumlah jamaah umrah di PT Jabal Noor Trenggalek 73
2. Dampak konten pemasaran di media sosial instagram PT Jabal Noor Trenggalek sebagai penyedia layanan umrah 90

3. Kendala dan solusi PT Jabal Noor Trenggalek dalam menerapkan strategi pemasaran digital melalui media sosial Instagram 93

C. Temuan Penelitian 100

1. Strategi pemasaran digital melalui media sosial instagram untuk sarana promosi serta meningkatkan jumlah jamaah umrah di PT Jabal Noor Trenggalek 100

2. Dampak konten pemasaran di media sosial instagram PT Jabal Noor Trenggalek sebagai penyedia layanan umrah 101

3. Kendala dan solusi PT Jabal Noor Trenggalek dalam menerapkan strategi pemasaran digital melalui media sosial Instagram 102

BAB V PEMBAHASAN 104

A. Strategi pemasaran digital melalui media sosial instagram untuk sarana promosi serta meningkatkan jumlah jamaah umrah di PT Jabal Noor Trenggalek 104

B. Dampak konten pemasaran di media sosial instagram PT Jabal Noor Trenggalek sebagai penyedia layanan umrah 108

C. Kendala dan solusi PT Jabal Noor Trenggalek dalam menerapkan strategi pemasaran digital melalui media sosial Instagram 110

BAB VI PENUTUP 114

A. Kesimpulan 114

B. Saran 116

DAFTAR PUSTAKA 118

LAMPIRAN-LAMPIRAN 122

DAFTAR TABEL

Tabel 1 Jadwal Upload Konten Instagram PT Jabal Noor..... 79
Tabel 2 Jumlah Calon Jamaah Umrah PT Jabal Noor (2024–2025) 90

DAFTAR GAMBAR

Gambar 1. Instagram PT Jabal Noor Trenggalek 6
Gambar 2 Kerangka Berpikir Teoritis 50
Gambar 3 PT Jabal Noor Trenggalek 68
Gambar 4 Struktur Kepengurusan PT Jabal Noor Trenggalek 71
Gambar 5 Sosial Media Instagram PT Jabal Noor Trenggalek 71
Gambar 6 Konten Instagram dan Testimoni Jamaah PT Jabal Noor 77
Gambar 7 DM Instagram dan WA Jamaah PT Jabal Noor Trenggalek 81
Gambar 8 Jamaah PT Jabal Noor Trenggalek 85
Gambar 9 Konten Ajakan Jamaah PT Jabal Noor Trenggalek 97

DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran 1: Instrumen Penelitian 122
Lampiran 2: Dokumentasi Lampiran..... 135
Lampiran 3 : Surat Izin Penelitian..... 138
Lampiran 4 : Form Kendali Bimbingan Skripsi 139
Lampiran 5 : Biodata Penulis 141