

DAFTAR ISI

ABSTRAK	i
LEMBAR PERSETUJUAN.....	ii
LEMBAR PENGESAHAN	iii
LEMBAR PERNYATAAN.....	iv
RIWAYAT HIDUP.....	v
KATA PENGANTAR	vi
DAFTAR ISI.....	ix
DAFTAR TABEL.....	xii
DAFTAR GAMBAR	xiii
DAFTAR LAMPIRAN.....	xiv
BAB I PENDAHULUAN.....	1
A. Latar Belakang Penelitian.....	1
B. Perumusan Penelitian.....	5
C. Tujuan Penelitian	6
D. Kegunaan Penelitian.....	6
1. Kegunaan Akademis.....	6
2. Kegunaan Praktis.....	6
E. Kajian Penelitian yang Relevan.....	7
F. Landasan Pemikiran.....	11
1. Landasan Teoritis	11
2. Kerangka Konseptual	14
G. Langkah- langkah Penelitian.....	16
1. Lokasi Penelitian	16
2. Paradigma dan Pendekatan.....	16
3. Metode Penelitian.....	17
4. Jenis Data dan Sumber Data.....	18
5. Analisis Data	19
6. Teknik Pengumpulan Data	20
7. Teknik Analisis Data	21

BAB II KAJIAN PUSTAKA	23
A. Strategi	23
1. Pengertian Strategi	23
2. Jenis – Jenis Strategi.....	24
3. Langkah – Langkah Strategi.....	27
4. Fungsi Strategi.....	31
5. Komponen Strategi Pemasaran.....	33
B. <i>Digital Marketing</i>	34
1. Pengertian <i>Digital Marketing</i>	34
2. Jenis-jenis <i>Digital Marketing</i>	36
3. Manfaat <i>Digital Marketing</i>	39
4. Tujuan <i>Digital Marketing</i>	40
5. Pengaruh <i>Digital Marketing</i>	42
6. Kelemahan dan Kelebihan <i>Digital Marketing</i>	44
C. Ibadah Umrah.....	46
1. Pengertian Umrah.....	46
2. Syarat, Wajib, Rukun, Sunah Umrah	48
BAB III HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN	54
A. Gambaran Umum Lokasi Penelitian	54
1. Kondisi Obyektif PT Adhiya Wisata Utama	54
2. Visi dan Misi	55
3. Struktur Organisasi PT Adhiya Wisata Utama.....	56
B. Hasil Penelitian	60
1. Strategi Pemasaran Umrah pada PT Adhiya Wisata Utama	60
2. Pertumbuhan dan Perkembangan PT Adhiya Wisata Utama	77
C. Pembahasan.....	82
1. Analisis Strategi Pemasaran Umrah pada PT Adhiya Wisata Utama Bandung	83
2. Analisis <i>Strengths, Weaknesses, Opportunities, Threats (SWOT) Digital Marketing</i> PT Adhiya Wisata Utama.....	87

BAB IV PENUTUP	92
A. SIMPULAN	92
B. SARAN	93
DAFTAR PUSTAKA	94
LAMPIRAN	96



DAFTAR TABEL

Tabel 1. 1 Penelitian Terdahulu	7
Tabel 3. 1 Daftar Karyawan pada PT. Adhiya Utama Bandung	56
Tabel 3. 2 (Data Perolehan Jemaah Umrah)	80



DAFTAR GAMBAR

Gambar 1. 1 Kerangka Konseptual	15
Gambar 3. 1 (Website PT Adhiya Wisata Utama).....	62
Gambar 3. 2 (Beranda Facebook PT Adhiya Wisata Utama)	64
Gambar 3. 3 (Konten PT Adhiya Wisata Utama)	64
Gambar 3. 4 (Dokumentasi jemaah umrah)	65
<i>Gambar 3. 5 (Konten informasi untuk jemaah)</i>	<i>66</i>
Gambar 3. 6 (Beranda Tiktok PT Adhiya Wisata Utama).....	67
Gambar 3. 7 (Konten PT Adhiya Wisata Utama)	67
Gambar 3. 8 (Konten pengalaman jemaah).....	68
Gambar 3. 9 (Beranda Instagram PT Adhiya Wisata Utama).....	70
Gambar 3. 10 (Informasi destinasi paket umrah).....	71
Gambar 3. 11 (Dokumentasi jemaah umrah)	71
Gambar 3. 12 (Contoh iklan PT. Adhiya Wisata Utama)	72
Gambar 3. 13 (Group Whatsapp dengan jemaah).....	75
Gambar 3. 14 (Whatsapp PT Adhiya Wisata Utama).....	76