

DAFTAR ISI

ABSTRAK	i
LEMBAR PERSETUJUAN	ii
LEMBAR PENGESAHAN	iii
LEMBAR PERNYATAAN	iv
RIWAYAT HIDUP	v
KATA PENGANTAR	vi
DAFTAR ISI	ix
DAFTAR GAMBAR	xi
DAFTAR LAMPIRAN	xii
BAB I PENDAHULUAN	1
A. Latar Belakang Penelitian	1
B. Fokus Penelitian.....	4
C. Tujuan Penelitian	4
D. Kegunaan Penelitian	4
E. Kajian Penelitian yang Relevan	5
F. Landasan Pemikiran.....	7
F. Langkah-langkah Penelitian.....	10
BAB II KAJIAN PUSTAKA	17
A. Strategi	17
B. Pemasaran	24
C. Minat.....	35
D. Pelayanan	41
E. Umrah	46
F. Pelayanan Produk Umrah.....	50
BAB III HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN	53
A. Gambaran Umum Lokasi Penelitian	53
1. Sejarah PT. Sanabil Madinah Barokah.....	53
2. Visi Misi dan Komitmen	54
3. Tujuan	55
4. Struktur Organisasi PT. Sanabil Madinah Barokah	56
B. Hasil Penelitian	56

1. Strategi Pemasaran PT. Sanabil Madinah Barokah Dalam Menarik Minat Calon Jemaah Untuk Umrah.....	56
2. Faktor Pendukung dan Penghambat PT. Sanabil Madinah Barokah Dalam Menarik Minat Calon Jemaah Untuk Umrah	77
C. Pembahasan.....	85
1. Strategi pemasaran PT. Sanabil Madinah Barokah dalam menarik minat calon Jemaah Untuk Umrah.....	85
2. Jenis-jenis Strategi Pemasaran yang Digunakan oleh PT. Sanabil Madinah Barokah Dalam Menarik Minat Jemaah Untuk Umrah	94
3. Faktor Pendukung dan Penghambat PT. Sanabil Madinah Barokah.Dalam Menarik Minat Calon Jemaah Untuk Umrah	99
BAB IV PENUTUP	104
A. Kesimpulan	104
B. Saran	105
DAFTAR PUSTAKA	106
LAMPIRAN	113

