

DAFTAR ISI

ABSTRAK	i
LEMBAR PERSETUJUAN	ii
LEMBAR PENGESAHAN	iii
LEMBAR PERNYATAAN.....	iv
KATA PENGANTAR.....	v
RIWAYAT HIDUP	x
DAFTAR ISI.....	xi
DAFTAR GAMBAR	xiv
DAFTAR TABEL	xiii
DAFTAR LAMPIRAN.....	xv
BAB I PENDAHULUAN	1
A. Latar Belakang Penelitian	1
B. Fokus Penelitian	6
C. Tujuan Penelitian	7
D. Kegunaan Penelitian.....	7
1. Secara Akademik	7
2. Secara Praktis	8
E. Tinjauan Pustaka.....	9
1. Landasan Teoritis	9
2. Kerangka Konseptual.....	10
3. Langkah-Langkah Penelitian	12
F. Informan atau Unit Analisis	16
1. Informan	16
2. Unit Analisis	17
G. Teknik Pengumpulan Data	18
1. Wawancara	18
2. Observasi.....	18
3. Dokumentasi.....	19

4. Teknik Penentuan Keabsahan Data.....	20
5. Teknik Analisis Data.....	20
BAB II KAJIAN PUSTAKA.....	23
A. Tinjauan Penelitian Terdahulu	23
B. Kajian Konseptual	27
1. Strategi	27
2. Pemasaran.....	32
3. Strategi Pemasaran	36
4. <i>Tour And Travel</i>	47
5. Daya Tarik	51
BAB III HASIL DAN PEMBAHASAN	58
A. Gambaran Umum PT. Bumi Al-Qur'an Indonesia.....	58
1. Sejarah PT. Bumi Al-Qur'an Indonesia	58
2. Visi dan Misi PT. Bumi Al-Qur'an Indonesia	60
3. Struktur Organisasi PT. Bumi Al-Qur'an Indonesia	60
4. Logo PT. Bumi Al-Qur'an Indonesia	61
B. Profil Informan	62
C. Hasil Penelitian.....	64
1. Proses Segmentasi yang dilakukan oleh PT. Bumi Al-Qur'an Indonesia .	65
2. Strategi PT. Bumi Al-Qur'an Indonesia dalam menetapkan paket umrah unggulan sebagai strategi utama menarik minat jemaah	76
3. Strategi <i>Positioning</i> yang Diterapkan PT. Bumi Al-Qur'an Indonesia.....	94
D. Pembahasan Penelitian.....	103
1. Strategi Segmentasi Pasar PT. Bumi Al-Qur'an Indonesia	103
2. Strategi PT. Bumi Al-Qur'an Indonesia dalam menetapkan paket umrah unggulan sebagai strategi utama menarik minat jemaah	112
3. Strategi <i>positioning</i> yang diterapkan PT. Bumi Al-Qur'an Indonesia	119
BAB IV PENUTUP	125
A. Kesimpulan	125
B. Saran.....	126
DAFTAR PUSTAKA	128

