

DAFTAR ISI

ABSTRAK	I
ABSTRACT	II
LEMBAR PERSETUJUAN	III
LEMBAR PENGESAHAN	IV
LEMBAR PERNYATAAN	V
KATA PENGANTAR.....	VI
DAFTAR ISI.....	XI
DAFTAR TABEL	XIV
DAFTAR GAMBAR.....	XV
RIWAYAT HIDUP	XVI
DAFTAR LAMPIRAN	XVIII
BAB I PENDAHULUAN.....	1
A. LATAR BELAKANG PENELITIAN	1
B. FOKUS PENELITIAN.....	8
C. TUJUAN PENELITIAN	9
D. KEGUNAAN PENELITIAN	9
E. TINJAUAN PUSTAKA.....	11
1. Landasan Teoritis.....	11
2. Landasan Konseptual	16
F. LANGKAH – LANGKAH PENELITIAN	18
1. Lokasi Penelitian.....	18
2. Paradigma dan Pendekatan	19
3. Metode Penelitian.....	20
4. Jenis Data dan Sumber Data	21
5. Penentuan Informan atau Unit Penelitian	23
6. Teknik Pengumpulan Data.....	24
7. Teknik Penentuan Keabsahan Data.....	25
8. Teknik Analisis Data.....	26
BAB II KAJIAN PUSTAKA	28

A.	TINJAUAN PENELITIAN TERDAHULU	28
B.	KAJIAN KONSEPTUAL	32
1.	Pengertian Strategi	32
2.	Pengertian <i>Marketing mix</i> (Bauran Pemasaran).....	34
3.	Elemen <i>Marketing mix (4P)</i>	37
4.	Minat Konsumen.....	73
5.	Biro Travel Umrah dan Haji	78
C.	KAJIAN TEORITIS	85
1.	Teori <i>Marketing Mix 4P</i> (Bauran Pemasaran)	85
2.	Implementasi <i>Marketing mix 4P</i> dalam Pemasaran Jasa	87
BAB III HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN		92
A.	GAMBARAN UMUM LOKASI PENELITIAN	92
1.	Profil PT. Citra Ceria Usaha Khalifah	92
2.	Visi dan Misi PT. Citra Ceria Usaha Khalifah.....	94
3.	Struktur Organisasi PT. Citra Ceria Usaha Khalif.....	95
4.	Sarana dan Prasarana PT. Citra Ceria Usaha Khalifah	95
5.	Program-program PT. Citra Ceria Usaha Khalifah.....	97
6.	Data Jemaah Umrah Keberangkatan Oktober 2025 Sampai Februari 2026.....	103
B.	HASIL PENELITIAN	108
1.	Strategi <i>Product</i> (Produk) yang diterapkan oleh PPIU Khalifah Tour dalam Menarik Minat Calon Jemaah Umrah di Kota Bandung.....	108
2.	Strategi <i>Price</i> (Harga) yang Digunakan oleh PPIU Khalifah Tour dalam Bersaing dengan Biro Perjalanan Umrah lainnya	119
3.	Strategi <i>Promotion</i> (Promosi) yang Dilaksanakan oleh PPIU Khalifah Tour untuk Meningkatkan Ketertarikan dan Kepercayaan Calon Jemaah	134
4.	Strategi <i>Place</i> (Tempat) yang Diterapkan oleh PPIU Khalifah Tour dalam Mempermudah Akses Informasi dan Pelayanan Bagi Calon Jemaah.	151
C.	PEMBAHASAN	158
1.	Strategi <i>Product</i> (Produk) yang Diterapkan oleh PPIU Khalifah Tour dalam Menarik Minat Calon Jemaah Umrah di Kota Bandung.....	158
2.	Strategi <i>Price</i> (Harga) yang Digunakan oleh PPIU Khalifah Tour dalam Bersaing dengan Biro Perjalanan Umrah lainnya	168

3. Strategi <i>Promotion</i> (Promosi) yang Dilaksanakan oleh PPIU Khalifah Tour untuk Meningkatkan Ketertarikan dan Kepercayaan Calon Jemaah	176
4. Strategi <i>Place</i> (Tempat) yang Diterapkan oleh PPIU Khalifah Tour dalam Mempermudah Akses Informasi dan Pelayanan Bagi Calon Jemaah.	184
BAB IV PENUTUP	192
DAFTAR PUSTAKA	202
LAMPIRAN.....	209

