

DAFTAR ISI

ABSTRAK	i
LEMBAR PERSETUJUAN	ii
LEMBAR PENGESAHAN	iii
LEMBAR PERNYATAAN	iv
KATA PENGANTAR	v
DAFTAR ISI	viii
DAFTAR GAMBAR	xii
DAFTAR LAMPIRAN	xiii
RIWAYAT HIDUP	xiv
BAB I PENDAHULUAN	1
A. Latar Belakang Penelitian	1
B. Fokus Penelitian	8
C. Tujuan Penelitian	8
D. Kegunaan Penelitian	9
E. Penelitian Terdahulu	10
F. Landasan Pemikiran	16
G. Kerangka Konseptual	23
H. Langkah-langkah Penelitian	25
BAB II KAJIAN PUSTAKA	32

A. Strategi Pemasaran	32
B. Penyelenggara Perjalanan Ibadah Umrah (PPIU)	41
C. Minat Jemaah	45
BAB III HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN.....	49
A. Gambaran Umum Lokasi Penelitian.....	49
1. Sejarah dan Profil PPIU Madinah Iman Wisata.....	49
2. Visi dan Misi PPIU Madinah Iman Wisata.....	51
3. Lokasi Perusahaan	52
4. Struktur Organisasi.....	52
5. Tugas dan Fungsi Anggota PPIU Madinah Iman Wisata	53
6. Layanan.....	58
7. Produk	59
8. Legalitas	60
9. Perizinan.....	60
10. Alur Perjalanan.....	60
11. Fasilitas	61
B. Hasil Penelitian.....	61
1. Strategi Pemasaran PPIU Madinah Iman Wisata.....	61
2. Faktor Pendukung Dan Penghambat Pemasaran PPIU Madinah Iman Wisata	78

3. Implementasi Teori AIDA Secara Terpadu dalam Strategi Pemasaran PPIU Madinah Iman Wisata	82
4. Efektivitas Strategi Pemasaran PPIU Madinah Iman Wisata Ditinjau dari Perspektif Jemaah	84
C. Analisis Hasil Penelitian	87
1. Strategi Pemasaran Yang Digunakan PPIU Madinah Iman Wisata	87
2. Faktor Pendukung dan Penghambat PPIU Madinah Iman Wisata	90
3. Implementasi Teori AIDA Secara Terpadu dalam Strategi Pemasaran PPIU Madinah Iman Wisata	90
4. Efektivitas Strategi Pemasaran PPIU Madinah Iman Wisata Ditinjau dari Perspektif Jemaah	92
BAB IV KESIMPULAN DAN SARAN.....	85
A. Kesimpulan	85
B. Saran	88
Daftar Pustaka.....	91
LAMPIRAN.....	94