

DAFTAR ISI

ABSTRAK	i
LEMBAR PERSETUJUAN	ii
LEMBAR PENGESAHAN	ii
LEMBAR PERNYATAAN	iii
KATA PENGANTAR.....	iv
DAFTAR ISI.....	xii
DAFTAR TABEL	xv
DAFTAR GAMBAR	xvi
DAFTAR LAMPIRAN	xvii
MOTTO	xviii
RIWAYAT HIDUP.....	xix
BAB I PENDAHULUAN.....	1
A. Latar Belakang Penelitian	1
B. Fokus Penelitian.....	7
C. Tujuan Penelitian.....	8
D. Kegunaan Penelitian.....	8
E. Tinjauan Pustaka	10
1. Landasan Teoritis	10
F. Langkah-langkah Penelitian.....	14
1. Penentuan Lokasi Penelitian	14
2. Kerangka Konseptual	14
2. Paradigma dan Pendekatan	16
3. Metode Penelitian	17
4. Jenis Data dan Sumber Data	18
5. Penentuan Informan atau Unit Analisis.....	19
6. Teknik Pengumpulan Data	21
7. Teknik Pengumpulan Keabsahan Data.....	23
8. Teknik Analisis Data	23

9. Rencana Jadwal Penelitian.....	26
BAB II KAJIAN PUSTAKA	31
A. Tinjauan Penelitian Terdahulu.....	31
B. Kajian Konseptual.....	37
1. Strategi Pemasaran.....	37
2. Bauran Pemasaran.....	45
3. Minat.....	55
C. Kajian Teoritis.....	61
1. Teori Bauran Pemasaran Menurut Philip Kotler (4P).....	61
2. Teori Minat Menurut Safari.....	74
BAB III HASIL DAN PEMBAHASAN	86
A. Gambaran Umum Lokasi Penelitian.....	86
1. Profil Kelompok Bimbingan Ibadah Haji dan Umrah (KBIHU) Thuba.....	86
2. Visi dan Misi Kelompok Bimbingan Ibadah Haji dan Umrah (KBIHU) Thuba..	87
3. Sejarah Kelompok Bimbingan Ibadah Haji dan Umrah (KBIHU) Thuba.....	88
4. Struktur Organisasi Kelompok Bimbingan Ibadah Haji dan Umrah (KBIHU) Thuba.....	91
B. Hasil Penelitian.....	92
1. Strategi Produk (<i>Product</i>) Kelompok Bimbingan Ibadah Haji dan Umrah (KBIHU) Thuba Dalam Meningkatkan Minat Jemaah Haji.....	93
2. Strategi Harga (<i>Price</i>) Kelompok Bimbingan Ibadah Haji dan Umrah (KBIHU) Thuba Dalam Meningkatkan Minat Jemaah Haji.....	95
3. Strategi Tempat (<i>Place</i>) Kelompok Bimbingan Ibadah Haji dan Umrah (KBIHU) Thuba Dalam Meningkatkan Minat Jemaah Haji.....	98
4. Strategi Promosi (<i>Promotion</i>) Kelompok Bimbingan Ibadah Haji dan Umrah (KBIHU) Thuba Dalam Meningkatkan Minat Jemaah Haji.....	103
C. Pembahasan Hasil Penelitian.....	110
1. Analisis Aspek Produk (<i>product</i>) Kelompok Bimbingan Ibadah Haji dan Umrah (KBIHU) Thuba Dalam Meningkatkan Minat Jemaah Haji.....	110

2. Analisis Aspek Harga (<i>Price</i>) Kelompok Bimbingan Ibadah Haji dan Umrah (KBIHU) Thuba Dalam Meningkatkan Minat Jemaah Haji	114
3. Analisis Aspek Tempat (<i>Place</i>) Kelompok Bimbingan Ibadah Haji dan Umrah (KBIHU) Thuba Dalam Meningkatkan Minat Jemaah Haji	120
4. Analisis Aspek Promosi (<i>Promotion</i>) Kelompok Bimbingan Ibadah Haji dan Umrah (KBIHU) Thuba Dalam Meningkatkan Minat Jemaah Haji	126
BAB IV PENUTUP	137
A. Kesimpulan	137
B. Saran.....	139
DAFTAR PUSTAKA.....	141
LAMPIRAN.....	146

