

DAFTAR ISI

ABSTRAK	i
LEMBAR PERSETUJUAN.....	ii
LEMBAR PENGESAHAN	iii
LEMBAR PERNYATAAN	iv
KATA PENGANTAR	v
RIWAYAT HIDUP.....	x
MOTTO	xi
DAFTAR ISI.....	xii
DAFTAR TABEL.....	xv
DAFTAR GAMBAR	xvi
DAFTAR BAGAN	xvii
BAB I.....	1
PENDAHULUAN	1
A. Latar Belakang Penelitian.....	1
B. Fokus Penelitian.....	5
C. Tujuan Penelitian	5
D. Kegunaan Penelitian.....	6
E. Landasan Pemikiran	7
F. Langkah-langkah Penelitian.....	13
BAB II.....	25
KONSEP DAN TEORI MANAJEMEN PROMOSI.....	25
A. Tinjauan Penelitian Terdahulu	25

B. Kajian Konseptual.....	28
C. Kajian Teoritis.....	38
BAB III	46
HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN	46
A. Gambaran Umum Lokasi Penelitian	46
B. Hasil Penelitian	49
1. Strategi Public Relation KBIHU Baitunnajah dalam Menarik Minat Calon Jemaah.....	49
2. Strategi <i>Personal selling</i> KBIHU Baitunnajah dalam Menarik Minat Calon Jemaah.....	49
3. Peran <i>Word of mouth</i> dari Alumni dan Jemaah dalam Menarik Minat Calon Jemaah.....	62
4. Strategi <i>Direct marketing</i> KBIHU Baitunnajah dalam Menarik Minat Calon Jemaah.....	67
C. Pembahasan.....	72
1. Strategi <i>Public relations</i> KBIHU Baitunnajah dalam Menarik Minat Calon Jemaah.....	73
2. Strategi <i>Personal selling</i> KBIHU Baitunnajah dalam Menarik Minat Calon Jemaah.....	78
3. Peran <i>Word of mouth</i> dari Alumni dan Jemaah dalam Menarik Minat Calon Jemaah.....	81
4. Strategi <i>Direct marketing</i> KBIHU Baitunnajah dalam Menarik Minat Calon Jemaah.....	85
D. Analisis Efektivitas dan Justifikasi Keunggulan Bauran Promosi KBIHU Baitunnajah.....	89
BAB IV	92
KESIMPULAN DAN SARAN.....	92

A. Kesimpulan	92
B. Saran.....	96
DAFTAR PUSTAKA	99
LAMPIRAN.....	102

