

DAFTAR ISI

ABSTRAK	ii
LEMBAR PERSETUJUAN	ii
LEMBAR PENGESAHAN.....	iv
LEMBAR PERNYATAAN	v
KATA PENGANTAR.....	vi
DAFTAR ISI	x
DAFTAR TABEL	xiii
DAFTAR GAMBAR.....	xiv
DAFTAR LAMPIRAN	xv
MOTTO	xvi
RIWAYAT HIDUP	xvii
BAB I PENDAHULUAN.....	1
A. Latar Belakang Penelitian	1
B. Fokus Penelitian.....	8
C. Tujuan Penelitian	8
D. Kegunaan Penelitian	9
1. Secara Akademis.....	9
2. Secara Praktis.....	10
E. Tinjauan Pustaka.....	10
1. Landasan Teoritis.....	10
2. Kerangka Konseptual.....	16

F. Langkah-Langkah Penelitian	18
1. Lokasi Penelitian.....	18
2. Paradigma dan Pendekatan	18
3. Metode Penelitian	19
4. Jenis Data dan Sumber Data	20
5. Penentuan Informan atau Unit Penelitian.....	22
6. Teknik Pengumpulan Data.....	23
7. Teknik Penentuan Keabsahan Data.....	25
8. Teknik Analisis Data.....	25
BAB II TINJAUAN PUSTAKA.....	27
A. Tinjauan Penelitian Terdahulu	27
B. Kajian Konseptual.....	31
1. Konsep Strategi.....	31
2. Konsep Marketing Mix	34
3. Konsep Paket Umrah	36
4. Konsep Penyelenggara Perjalanan Ibadah Umrah.....	39
C. Kajian Teoritis	46
1. <i>Marketing Mix</i>	46
2. Komponen <i>Marketing Mix</i>	47
BAB III HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN	67
A. Gambaran Umum Lokasi Penelitian	67
1. Profil Al-Mukaromah.....	67

2. Visi dan Misi Al-Mukaromah	69
3. Struktur Organisasi Al-Mukaromah.....	70
4. Sarana dan Prasarana di Al-Mukaromah.....	71
B. Hasil Penelitian.....	75
1. Strategi produk Al-Mukaromah	75
2. Strategi promosi Al-Mukaromah	97
3. Strategi Orang Al-Mukaromah	109
C. Pembahasan	118
1. Strategi Produk Al-Mukaromah.....	118
2. Strategi Promosi Al-Mukaromah	124
3. Strategi Orang Al-Mukaromah	128
BAB IV SIMPULAN DAN SARAN.....	132
A. Simpulan.....	132
B. Saran.....	134
DAFTAR PUSTAKA.....	135
LAMPIRAN	139