

DAFTAR ISI

ABSTRAK	i
LEMBAR PERSETUJUAN	iii
LEMBAR PENGESAHAN	iv
LEMBAR PERNYATAAN	vi
KATA PENGANTAR	vii
DAFTAR ISI	xiii
DAFTAR GAMBAR	xvi
RIWAYAT HIDUP	xvii
MOTTO	xviii
BAB I PENDAHULUAN	1
1.1 Latar Belakang Penelitian	1
1.2 Fokus Penelitian	4
1.3 Tujuan Penelitian	4
1.4 Kegunaan Penelitian	5
1.5 Tinjauan Pustaka	6
1.5.1 Landasan Teoritis	6
1.5.2 Kerangka Konseptual	11
1.6 Langkah-langkah Penelitian	12
1.6.1 Lokasi Penelitian	12
1.6.2 Paradigma dan Pendekatan	13
1.6.3 Metode Penelitian	14
1.6.4 Jenis Data dan Sumber Data	15
1.6.5 Penentuan Informan atau Unit Penelitian	17

1.6.6	Teknik Pengumpulan Data.....	18
1.6.7	Teknik Penentuan Kebasahan Data.....	20
1.6.8	Teknik Analisis Data.....	21
BAB II KAJIAN PUSTAKA		23
2.1	Tinjauan Penelitian Terdahulu	23
2.2	Kajian Konseptual.....	26
2.2.1	Digital Marketing	26
2.2.2	Teori Model <i>Digital Marketing</i> SOSTAC	36
2.2.3	Penyelenggara Perjalanan Ibadah Umrah (PPIU).....	50
BAB III HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN		66
3.1	Gambaran Umum Lokasi Penelitian	66
3.1.1	Sejarah Singkat Fayyash Tours & Travel	66
3.1.2	Visi dan Misi Fayyash Tour & Travel	68
3.1.3	Struktur Organisasi Fayyash Tours & Travel	69
3.1.4	Logo Fayyash Tour & Travel.....	69
3.2	Hasil Penelitian	70
3.2.1	Implementasi Model Digital Marketing SOSTAC di Fayyash Tour & Travel	70
3.2.2	Faktor Pendukung dan Penghambat Digital Marketing di Fayyash Tour & Travel.....	94
3.3	Pembahasan Penelitian.....	97
3.3.1	Implementasi Model Digital Marketing SOSTAC di Fayyash Tour & Travel	97
3.3.1	Faktor Pendukung dan Penghambat Digital Marketing di Fayyash Tour & Travel.....	161
BAB IV PENUTUP		171

4.1	Simpulan	171
4.2	Saran.....	173

