

DAFTAR ISI

ABSTRAK	i
LEMBAR PERSETUJUAN.....	ii
LEMBAR PENGESAHAN	iii
LEMBAR PERNYATAAN	iv
MOTTO HIDUP	v
KATA PENGANTAR	vi
DAFTAR ISI.....	xi
DAFTAR TABEL	xiv
DAFTAR GAMBAR	xv
DAFTAR LAMPIRAN.....	xvi
RIWAYAT HIDUP.....	xvii
BAB I.....	1
PENDAHULUAN	1
A. Latar Belakang Masalah.....	1
B. Rumusan Masalah	11
C. Tujuan Penelitian	11
D. Kegunaan Penelitian.....	12
1. Secara Akademis	12
2. Secara Praktis	12
E. Kerangka Pemikiran.....	13
1. Periklanan (<i>Advertising</i>).....	13
2. Minat	14
3. Pengaruh Periklanan Terhadap Minat.....	16
F. Hipotesis.....	17
G. Langkah-langkah Penelitian.....	17
1. Lokasi Penelitian.....	17
2. Paradigma dan Pendekatan	18
3. Metode Penelitian.....	18
4. Jenis Data dan Sumber Data	19
5. Populasi dan Sample	19

6. Validitas dan Reliabilitas	21
7. Teknik Analisis Data.....	22
A. Uji Prasyarat Analisis Data	22
B. Uji Hipotesis	24
BAB II.....	27
KAJIAN PUSTAKA.....	27
A. Tinjauan Penelitian Terdahulu	27
B. Kajian Konseptual.....	31
1. Periklanan.....	31
2. Minat	39
3. Umrah.....	44
C. Kajian Teori	50
1. Teori Periklanan Menurut Kotler	50
2. Teori Minat Menurut Crow & Crow.....	53
BAB III	55
HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN	55
A. Gambaran Umum Lokasi Penelitian	55
1. Profil PT Taza Mulia Barokah	55
2. Visi Misi PT Taza Mulia Barokah	56
3. Struktur Organisasi PT Taza Mulia Barokah	58
B. Hasil Penelitian	59
1. Karakteristik Responden	59
2. Uji Validitas Instrumen	60
3. Uji Reliabilitas Instrumen	63
4. Uji Prasyarat Analisis Data	64
5. Uji Regresi Linear Sederhana	67
6. Uji Hipotesis	68
7. Analisis Dekriptif Periklanan dan Minat Jemaah di PT Taza Mulia Barokah	70
C. Pembahasan.....	73
1. Pengaruh periklanan terhadap jemaah di PT Taza Mulia Barokah.....	73
2. Pengaruh minat terhadap jemaah di PT Taza Mulia Barokah.....	75

3. Besar pengaruh periklanan terhadap minat jemaah dalam memilih layanan di PT Taza Mulia Barokah.	76
4. Kesesuaian Hasil Penelitian dengan Teori	77
BAB IV	81
PENUTUP	81
A. Simpulan	81
B. Saran.....	81
DAFTAR PUSTAKA	84
LAMPIRAN	87

