

DAFTAR ISI

ASTRAK.....	i
LEMBAR PERSETUJUAN	ii
LEMBAR PENGESAHAN	iii
LEMBAR PERNYATAAN	iv
KATA PENGANTAR.....	v
DAFTAR ISI.....	ix
DAFTAR GAMBAR.....	xii
DAFTAR LAMPIRAN	xiii
RIWAYAT HIDUP	xiv
MOTTO	xv
BAB 1	1
PENDAHULUAN	1
A. Latar Belakang Penelitian	1
B. Fokus Penelitian.....	7
C. Tujuan Penelitian.....	7
D. Kegunaan Penelitian.....	8
E. Tinjauan Pustaka.....	8
1. Landasan Teori	8
2. Kerangka Konseptual.....	19
F. Langkah-Langkah Penelitian	21
1. Lokasi Penelitian	21
2. Paradigma dan Pendekatan.....	22
3. Metode penelitian	24
4. Jenis Data dan Sumber data	25
5. Teknik Pengumpulan Data	29
6. Teknik Penentuan Keabsahan Data	31
7. Teknik Analisis Data	32
BAB II.....	35
A. Penelitian Terdahulu.....	35
B. Strategi.....	40
1. Pengertian Strategi.....	40

2.	Fungsi Strategi.....	42
3.	Unsur Strategi.....	44
C.	Digital Marketing.....	47
1.	Pengertian Digital Marketing	47
2.	Fungsi Digital Marketing	48
3.	Tujuan Digital Marketing	50
D.	Strategi Digital Marketing.....	52
E.	Umrah	67
1.	Syarat Wajib Umrah	67
2.	Pengertian Umrah.....	68
3.	Rukun Umrah	69
F.	Teknologi Digital.....	71
1.	Pengertian Teknologi Digital.....	71
2.	Fungsi Teknologi Digital.....	73
G.	Media Sosial	74
i.	Pengertian Media sosial	74
ii.	Fungsi Media sosial.....	76
BAB III		78
A.	Gambaran Objek Penelitian	78
1.	Profil PT. Milari Risalah Wisata Sumedang.....	78
2.	Visi dan Misi PT. Milari Risalah Wisata	79
3.	Struktur Organisasi.....	81
B.	Hasil Penelitian	81
1.	Membangun Hubungan dengan Konsumen melalui Digital Marketing.....	81
2.	Membangun Brand melalui Digital Marketing	94
3.	Mempromosikan Produk Kepada Target Yang Tepat	107
C.	Analisis dan Pembahasan Penelitian.....	121
1.	Membangun Hubungan dengan Calon Jemaah atau Konsumen melalui Digital Marketing.....	121
2.	Membangun Brand melalui Digital Marketing	130
3.	Mempromosikan Produk kepada Target yang Tepat melalui Digital Marketing.....	137
BAB IV		145
A.	Kesimpulan.....	145

B. Saran.....	148
DAFTAR PUSTAKA	150
LAMPIRAN	155

