

DAFTAR ISI

ABSTRAK	i
LEMBAR PERSETUJUAN.....	Error! Bookmark not defined.
LEMBAR PENGESAHAN	iii
LEMBAR PERNYATAAN	iv
DAFTAR ISI	ix
DAFTAR GAMBAR	xi
DAFTAR TABEL.....	xii
DAFTAR LAMPIRAN	xiii
RIWAYAT HIDUP	xv
BAB I PENDAHULUAN	1
A. Latar Belakang	1
B. Fokus Penelitian.....	4
C. Tujuan Penelitian.....	5
D. Kegunaan Penelitian.....	5
E. Tinjauan Pustaka	6
1. Landasan Teoritis.....	6
2. Kerangka konseptual	8
F. Langkah Langkah Penelitian.....	11
1. Lokasi penelitian	11
2. Paradigma dan Pendekatan.....	11
3. Metode Penelitian.....	13
4. Jenis dan Sumber Data	13
5. Informan atau Unit Analisis.....	15
6. Teknik Pengumpulan Data	16
7. Teknik Penentuan Keabsahan Data	18
8. Teknik Analisis Data.....	18
BAB II KAJIAN PUSTAKA	18
A. Tinjauan Penelitian Terdahulu.....	18
B. Kajian Konseptual.....	24

1. Strategi Pemasaran	24
2. Segmentasi, Target Pasar, dan <i>Positioning</i> (STP)	29
3. Program Umrah dan PPIU	32
C. Kajian Teoritis	35
1. Segmentasi, Target Pasar, dan <i>Positioning</i> (STP)	35
BAB III HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN	65
A. Gambaran Umum Lokasi Penelitian	65
1. Sejarah Singkat Maqdis <i>Tour & Travel</i>	65
2. Visi dan Misi Maqdis <i>Tour & Travel</i>	65
3. Struktur Organisasi Maqdis <i>Tour & Travel</i>	66
4. Program Umrah yang Ditawarkan Maqdis <i>Tour & Travel</i>	66
B. Hasil Penelitian	67
1. Proses Perencanaan Strategi Pemasaran Maqdis <i>Tour & Travel</i>	68
2. Segmentasi, Target Pasar, dan <i>Positioning</i> Produk Umrah Maqdis <i>Tour & Travel</i>	71
C. Pembahasan	81
1. Segmentasi	81
2. Target Pasar	88
3. <i>Positioning</i>	93
BAB IV SIMPULAN DAN SARAN	101
A. Simpulan	101
B. SARAN	103
DAFTAR PUSTAKA	105
LAMPIRAN	108