

## DAFTAR ISI

<b>ABSTRAK</b> .....	<b>i</b>
<b>LEMBAR PERSETUJUAN</b> .....	<b>ii</b>
<b>LEMBAR PENGESAHAN</b> .....	<b>iii</b>
<b>LEMBAR PERNYATAAN</b> .....	<b>iv</b>
<b>KATA PENGANTAR</b> .....	<b>v</b>
<b>DAFTAR ISI</b> .....	<b>vii</b>
<b>DAFTAR TABEL</b> .....	<b>x</b>
<b>DAFTAR GAMBAR</b> .....	<b>xi</b>
<b>DAFTAR LAMPIRAN</b> .....	<b>xii</b>
<b>RIWAYAT HIDUP</b> .....	<b>xiii</b>
<b>MOTTO HIDUP</b> .....	<b>xiv</b>
<b>BAB I PENDAHULUAN</b> .....	<b>1</b>
A. Latar Belakang Penelitian .....	1
B. Fokus Penelitian .....	5
C. Tujuan Penelitian.....	6
D. Kegunaan Penelitian.....	6
E. Hasil Penelitian Yang Relevan.....	7
<b>F. Landasan Pemikiran</b> .....	<b>12</b>
1. Landasan Teoritis.....	12
2. Kerangka Konseptual.....	17
<b>G. Langkah Langkah Penelitian</b> .....	<b>19</b>
1. Lokasi Penelitian .....	19
2. Paradigma dan Pendekatan .....	19
3. Metode Penelitian .....	20
4. Jenis Data dan Sumber Data .....	20
5. Informan .....	22
6. Teknik Pengumpulan Data .....	24
7. Teknik Penentuan Keabsahan Data .....	25
8. Teknik Analisis Data .....	26

<b>BAB II TINJAUAN PUSTAKA.....</b>	<b>29</b>
<b>A. Strategi Pemasaran .....</b>	<b>29</b>
1. Pengertian Strategi Pemasaran .....	29
2. Fungsi Strategi Pemasaran.....	32
3. Tujuan Strategi Pemasaran .....	33
4. Konsep Strategi Pemasaran .....	34
<b>B. Bauran Pemasaran (<i>Marketing Mix</i>) .....</b>	<b>35</b>
1. Produk ( <i>product</i> ).....	36
2. Harga ( <i>Price</i> ) .....	36
3. Tempat/Distribusi ( <i>Place</i> ) .....	37
4. Promosi ( <i>Promotion</i> ) .....	38
5. Orang ( <i>People</i> ).....	39
6. Proses ( <i>Process</i> ).....	41
7. Bukti Fisik ( <i>Physical Evidence</i> ) .....	41
<b>C. Minat.....</b>	<b>42</b>
1. Pengertian Minat.....	42
2. Macam-Macam Minat .....	43
3. Faktor-Faktor yang Memengaruhi Minat .....	44
<b>D. Umrah.....</b>	<b>45</b>
1. Pengertian Umrah .....	45
2. Rukun Umrah.....	46
3. Syarat-Syarat Umrah .....	47
4. Regulasi Umrah .....	48
5. Hikmah Umrah .....	51
<b>BAB III HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN.....</b>	<b>55</b>
<b>A. Kondisi Objektif Lokasi Penelitian.....</b>	<b>55</b>
1. Profil PT. Rubi Restu Rabbani .....	55
2. Visi dan Misi PT. Rubi Restu Rabbani.....	56
3. Struktur Organisasi PT. Rubi Restu Rabbani .....	57
4. Nilai-Nilai Perusahaan PT. Rubi Restu Rabbani.....	57
5. Program Layanan PT. Rubi Restu Rabbani.....	58
<b>B. Hasil Penelitian .....</b>	<b>60</b>

1. Strategi Pemasaran PT. Rubi Restu Rabbani dalam Menarik Minat Calon Jemaah Umrah.....	60
2. Faktor Pendukung pada Strategi Pemasaran PT. Rubi Restu Rabbani dalam Menarik Minat Calon Jemaah Umrah .....	85
3. Faktor Penghambat pada Strategi Pemasaran PT. Rubi Restu Rabbani dalam Menarik Minat Calon Jemaah Umrah .....	88
<b>C. Pembahasan Hasil Penelitian .....</b>	<b>93</b>
1. Strategi Pemasaran PT. Rubi Restu Rabbani dalam Menarik Minat Calon Jemaah Umrah.....	93
2. Faktor Pendukung pada Strategi pemasaran PT. Rubi Restu Rabbani dalam Menarik Minat Calon Jemaah Umrah .....	102
3. Faktor Penghambat pada Strategi Pemasaran PT. Rubi Restu Rabbani dalam Menarik Minat Calon Jemaah Umrah .....	104
<b>BAB IV PENUTUP .....</b>	<b>111</b>
A. Kesimpulan.....	111
B. Saran .....	113
<b>DAFTAR PUSTAKA .....</b>	<b>114</b>
<b>LAMPIRAN.....</b>	<b>118</b>

