

DAFTAR ISI

HALAMAN JUDUL	i
PERSETUJUAN PEMBIMBING SKRIPSI.....	ii
PENGESAHAN MUNAQOSYAH	iii
PERNYATAAN KEASLIAN SKRIPSI	iv
ABSTRAK.....	v
MOTTO.....	vi
PERSEMBAHAN	vii
PEDOMAN TRANSLITERASI	viii
KATA PENGANTAR.....	x
DAFTAR ISI	xii
BAB I PENDAHULUAN	
A. Latar Belakang	1
B. Fokus Penelitian.....	4
C. Rumusan Masalah.....	5
D. Tujuan Penelitian	5
E. Manfaat Penelitian	5
F. Sistematika Penelitian	6
BAB II KAJIAN PUSTAKA	
A. Kajian Teori	8
1. Strategi Manajemen Pemasaran	8
a. Pengertian Strategi.....	8
b. Pengertian Manajemen.....	9
c. Pengertian Pemasaran	12
d. Pengertian Manajemen Pemasaran.....	13
e. Pengertian Strategi Manajemen Pemasaran	14
f. Fungsi Manajemen Pemasaran.....	15
g. Unsur-unsur Manajemen Pemasaran.....	16
2. <i>Ultimate Advantage</i>	18
3. Pengertian Rekrutmen.....	19
4. Jamaah Umroh	20
a. Hukum Umroh	21
b. Rukun Umroh	21
c. Syarat Wajib Umroh	22
d. Syarat sah dan Wajib Umroh	23
e. Keutamaan Umroh	24
5. Albayt Tours Demak.....	25

B. Penelitian Terdahulu	25
C. Kerangka Berfikir	27

BAB III METODE PENELITIAN

A. Jenis dan Pendekatan	28
B. Setting Penelitian	29
C. Subyek Penelitian.....	30
D. Sumber Data	30
E. Teknik Pengumpulan Data	31
F. Pengujian Keabsahan Data.....	32
G. Teknik Analisis Data.....	34

BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

A. Gambaran Umum Objek Penelitian.....	36
1. Sejarah Albayt Tours Demak	36
2. Profil Albayt Tours Demak	37
3. Letak Geografis Albayt Tours Demak	38
4. Visi dan Misi Albayt Tours Demak	39
5. Tujuan Albayt Tours Demak.....	40
6. Gambaran Strategi Ultimate Advantage pada albayt tours Demak.....	40
7. Struktur Albayt Tours Demak beserta Tugasnya.....	41
8. Sarana dan Prasarana Albayt Tours Demak	44
9. Produk dan Layanan Albayt Tours Demak	45
B. Deskripsi Data Penelitian	49
1. Strategi Manajemen Pemasaran Melalui <i>Ultimate Advantage</i> Dalam Merekrut Calon Jamaah Umroh pada Albayt Tours Demak.....	50
a. Perencanaan Strategi Manajemen Pemasaran Melalui <i>Ultimate Advantage</i> Dalam Merekrut Calon Jamaah Umroh pada Albayt Tours Demak	51
b. Pengorganisasian Strategi Manajemen Pemasaran Melalui <i>Ultimate Advantage</i> Dalam Merekrut Calon Jamaah Umroh pada Albayt Tours Demak	56
c. Pelaksanaan Strategi Manajemen Pemasaran Melalui <i>Ultimate Advantage</i>	

Dalam Merekrut Calon Jamaah Umroh pada Albayt Tours Demak	58
d. Pengawasan Strategi Manajemen Pemasaran Melalui <i>Ultimate Advantage</i> Dalam Merekrut Calon Jamaah Umroh pada Albayt Tours Demak	62
e. Evaluasi Strategi Manajemen Pemasaran Melalui <i>Ultimate Advantage</i> Dalam Merekrut Calon Jamaah Umroh pada Albayt Tours Demak.....	63
2. Kendala Strategi Manajemen Pemasaran Melalui <i>Ultimate Advantage</i> Dalam Merekrut Calon Jamaah Umroh pada Albayt Tours Demak.....	64
C. Analisis Data Penelitian	65
1. Analisis Strategi Manajemen Pemasaran Melalui <i>Ultimate Advantage</i> Dalam Merekrut Calon Jamaah Umroh pada Albayt Tours Demak.....	65
a. Perencanaan	68
b. Pengorganisasian	72
c. Pelaksanaan.....	73
d. Pengawasan.....	74
e. Evaluasi	76
2. Kendala Strategi Manajemen Pemasaran Melalui <i>Ultimate Advantage</i> Dalam Merekrut Calon Jamaah Umroh pada Albayt Tours Demak.....	76
BAB V PENUTUP	
A. Kesimpulan	79
B. Penutup	80
DAFTAR PUSTAKA	
LAMPIRAN-LAMPIRAN	