

DAFTAR ISI

HALAMAN JUDUL	i
PERSETUJUAN PEMBIMBING	ii
PENGESAHAN SKRIPSI.....	iii
PERNYATAAN KEASLIAN SKRIPSI	iv
ABSTRAK	v
MOTTO.....	vi
PERSEMBAHAN	vii
PEDOMAN TRANSLITERASI ARAB-LATIN	viii
KATA PENGANTAR.....	xii
DAFTAR ISI	xiii
BAB I PENDAHULUAN	1
A. Latar Belakang.....	1
B. Fokus Penelitian.....	4
C. Rumusan Masalah.....	4
D. Tujuan Penelitian	4
E. Manfaat Penelitian	5
F. Sistematika Penulisan	6
BAB II KAJIAN PUSTAKA	7
A. Strategi Marketing, Biro Haji dan Umrah, Persaingan yang Efektif	7
1. Strategi Marketing	7
2. Biro Haji dan Umrah.....	11
3. Persaingan yang Efektif	20
B. Penelitian Terdahulu.....	21
C. Kerangka Berfikir	24
D. Pertanyaan Penelitian	25
BAB III METODE PENELITIAN	26
A. Jenis dan Pendekatan Penelitian.....	26
B. <i>Setting</i> Penelitian.....	27
C. Subyek Penelitian.....	27
D. Sumber Data.....	27
E. Teknik Pengumpulan Data.....	28
F. Pengujian Keabsahan Data.....	29
G. Teknik Analisis Data.....	31
BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN.....	32
A. Gambaran Objek Penelitian	32
1. Profil Biro haji dan umrah PT. Barokah Madinah Tour	32
2. Letak Geografis PT. Barokah Madinah Tour.....	33
3. Visi dan Misi PT. Barokah Madinah Tour.....	33

4. Struktur Organisasi	33
5. Tugas dan Fungsi Marketing PT. Barokah Madinah Tour .	34
B. Deskripsi Data Penelitian.....	35
1. Strategi Marketing pada biro haji dan umrah PT. Barokah Madinah Tour	35
2. Penerapan Strategi Marketing pada biro haji dan umrah	35
3. Persaingan Yang Efektif pada biro haji dan umrah.....	39
4. Faktor pendukung dan penghambat strategi marketing biro haji dan umrah PT Barokah Madinah Tour	42
C. Analisis Data Penelitian	43
1. Analisis Strategi Marketing PT Barokah Madinah Tour	43
2. Analisis persaingan yang efektif pada biro haji dan umrah PT Barokah Madinah Tour	48
3. Faktor Penghambat dan Pendukung dan Penghambat PT Barokah Madinah Tour Dalam memenangkan persaingan yang efektif.....	50
BAB V PENUTUP	52
A. SIMPULAN	52
B. SARAN-SARAN	52
DAFTAR PUSTAKA.....	54
LAMPIRAN-LAMPIRAN	58