

DAFTAR ISI

HALAMAN JUDUL	i
PERSETUJUAN PEMBIMBING SKRIPSI	ii
PENGESAHAN MUNAQOSYAH.....	iii
PERNYATAAN KEASLIAN SKRIPSI	iv
ABSTRAK	v
MOTTO	vi
PERSEMBAHAN.....	vii
PEDOMAN TRANSLITERASI ARAB-LATIN	viii
KATA PENGANTAR.....	ix
DAFTAR ISI.....	xi
DAFTAR TABEL.....	xiii
DAFTAR GAMBAR.....	xiv
BAB I PENDAHULUAN	
A. Latar Belakang	1
B. Fokus Penelitian	3
C. Rumusan Masalah	4
D. Tujuan Penelitian.....	4
E. Manfaat Penelitian.....	4
F. Sistematika Penulisan	5
BAB II KAJIAN TEORI	
A. Strategi Pemasaran	6
1. Pengertian Strategi	6
2. Pengertian Pemasaran	6
3. Strategi Pemasaran.....	8
B. Analisis SWOT	13
1. Kekuatan (<i>Strength / S</i>).....	14
2. Peluang (<i>Oppurtunity / O</i>).....	14
3. Kelemahan (<i>Weakness/W</i>).....	14
4. Ancaman (<i>Threar/T</i>).....	15
C. Penelitian Terdahulu	15
D. Kerangka Berfikir.....	20
BAB III METODE PENELITIAN	
A. Jenis dan Pendekatan.....	21
B. LOKasi Penelitian	21
C. Subjek Penelitian.....	21

D. Sumber Data.....	21
E. Teknik Pengumpulan Data	21
F. Pengujian Keabsahan Data	22
G. Teknik Analisis Data	22

BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

A. Analisis Strategi Pemasaran	23
1. Gambaran Objek Penelitian	23
2. Analisis Strategi Pemasaran.....	44
B. Analisis Faktor Pendukung dan Penghambat	59
1. Faktor Pendukung	59
2. Faktor Penghambat	64
3. Analisis Faktor Pendukung dan penghambat	66
C. Analisis Solusi Mengatasi Faktor Penghambat.....	67
1. Solusi Mengarasi faktor penghambat	67
2. Analisis solusi mengatasi faktor penghambat ...	70

BAB V PENUTUP

A. Kesimpulan	71
B. Saran	72

DAFTAR PUSTAKA

LAMPIRAN-LAMPIRAN

DAFTAR RIWAYAT PENDIDIKAN

DAFTAR TABEL

Tabel 2.1 Penelitian Terdahulu.....	15
Tabel 4.1 Akumulasi Jumlah Jamaah Umroh Tahun 2016	33
Tabel 4.2 Akumulasi Jumlah Jamaah Tahun 2017	35
Tabel 4.3 Akumulasi Jumlah Jamaah Tahun 2018	37
Tabel 4.4 Akumulasi Jumlah Jamaah Tahun 2019	40
Tabel 4.5 Akumulasi Jumlah Jamaah Tahun 2020	43
Tabel 4.6 Jumlah Jamaah Umroh PT Buroq Internusa Di Jepara	44
Tabel 4.7 Analisis Strategi Produk (Product) pada Biro Perjalanan Umroh PT Buroq Internusa di Jepara	49
Tabel 4.8 Analisis Strategi Harga (Price) pada PT Buroq Internusa di Jepara	51
Tabel 4.9 Analisis Strategi Lokasi (Place) pada PT Buroq Internusa.....	53
Tabel 4.10 Analisis Strategi Promosi pada PT Buroq Internusa di Jepara	58
Tabel 4.11 Analisis Faktor Pendukung dan Penghambat pada PT Buroq Internusa di Jepara.....	66
Tabel 4.12 Analisis Solusi dari Faktor Penghambat Biro Perjalanan pada Umroh PT Buroq Internusa di Jepara	70

DAFTAR GAMBAR

Gambar 2.1 Kerangka Berfikir Penelitian 20
 Gambar 4. 1 Struktur Organisasi PT Buroq Interusa di
 Jepara 27

