

DAFTAR ISI

HALAMAN JUDUL	i
HALAMAN NOTA PERSETUJUAN PEMBIMBING	ii
HALAMAN PENGESAHAN MUNAQOSAH	iii
PERNYATAAN KEASLIAN SKRIPSI	iv
ABSTRAK	v
MOTTO	vi
PERSEMBAHAN	vii
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.....	5
C. Rumusan Masalah.....	5
D. Tujuan Penelitian	6
E. Manfaat Penelitian	6
F. Sistematika Penulisan	6
BAB II KAJIAN PUSTAKA	
A. Strategi Pemasaran.....	8
1. Pengertian Strategi Pemasaran	8
2. Tujuan dan Strategi Pemasaran	9
3. Bauran Pemasaran (Marketing Mix).....	10
4. Strategi Pemasaran dalam Prespektif Islam	20
5. Penjualan.....	26
6. Analisis SWOT	29
B. Penelitian Terdahulu	32
C. Kerangka Berfikir	35
BAB III METODE PENELITIAN	
A. Jenis dan Pendekatan	36
B. Setting Penelitian	37
C. Subjek Penelitian	37
D. Sumber Data	37
E. Teknik Pengumpulan Data	38
F. Uji Keabsahan Data	40
G. Teknik Analisis Data.....	41
BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN	
A. Gambaran Umum Objek Penelitian.....	45
B. Deskripsi Strategi Pemasaran H.Htourtravel Kudus.....	46

1. Strategi Produk	46
2. Strategi Harga	48
3. Strategi Tempat	49
4. Promosi.....	50
C. Analisis data strategi pemasaran H.Htourtravel Kudus menggunakan analisis SWOT	52
1. Analisis faktor internal (IFAS)	52
2. Analisis faktor eksternal (EFAS).....	53
BAB V PENUTUP	
A. Kesimpulan	77
B. Saran	78
DAFTAR PUSTAKA	
LAMPIRAN-LAMPIRAN	
DAFTAR RIWAYAT PENDIDIKAN	



DAFTAR TABEL

Tabel 1.1 Ranking devisa pariwisata terhadap 9 ekspor barang terbesar tahun 2014 - 2015.....	1
Tabel 2.1 Hasil Penelitian Terdahulu	32
Tabel 3.1. Matriks SWOT	43
Tabel 4.1. Harga Kisaran Paket Wisata H.Htourtravel Kudus	49
Tabel 4.2 . Matriks SWOT	54



DAFTAR GAMBAR

Gambar 2.1 Kerangka Berfikir	35
Gambar 4. 1 Souvenir <i>Handy Bag</i> dan Kaos	48
Gambar 4. 2 Platform Digital H.Htourtravel (Facebook dan Instagram)	51
Gambar 4. 3 Katalog dan Pamflet	52

