

DAFTAR ISI

ABSTRAK	i
KATA PENGANTAR.....	ii
DAFTAR ISI.....	v
DAFTAR TABEL.....	vii
DAFTAR GAMBAR.....	viii
BAB I PENDAHULUAN	
A. Latar Belakang	1
B. Batasan Masalah	9
C. Rumusan Masalah	9
D. Tujuan Dan Manfaat Penulisan.....	9
E. Metode Penelitian.....	10
F. Sistematika Penulisan.....	15
BAB II GAMBARAN UMUM PT MUHIBBAH MULIA WISATA	
A. Sejarah PT Muhibbah Mulia Wisata	17
B. Struktur Organisasi PT Muhibbah Mulia Wisata.....	19
C. Aktivitas PT Muhibbah Mulia Wisata	22
BAB III TINJAUAN TEORETIS	
A. Pengertian Strategi.....	27
B. Pengertian Pemasaran.....	28
C. Pemasaran Jasa	30
D. Strategi Pemasaran	34
E. Bauran Pemasaran (Marketing Mix).....	35
F. Pemasaran Syariah.....	40
1. Konsep Pemasaran Syariah	40
2. Karakter Pemasar Syariah	49
3. Strategi Pemasaran Syariah	51

BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

© Hak cipta milik UIN Suska Riau

A. Strategi Pemasaran PT Muhibbah Mulia Wisata dalam meningkatkan jumlah jamaah umrah.....	57
B. Faktor Pendukung dan Penghambat Strategi Pemasaran	72
C. Tinjauan Ekonomi Syariah Terhadap Strategi Pemasaran PT Muhibbah dalam meningkatkan jumlah jamaah umrah	74

BAB V PENUTUP

A. Kesimpulan	79
B. Saran.....	80

DAFTAR PUSTAKA

LAMPIRAN

BIOGRAFI PENULIS

Hak Cipta Diindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.