

## DAFTAR ISI

|  |             |
|--|-------------|
| <b>HALAMAN JUDUL .....</b>                             | <b>i</b>    |
| <b>PERSETUJUAN PEMBIMBING.....</b>                     | <b>ii</b>   |
| <b>PENGESAHAN TIM PENGUJL.....</b>                     | <b>iii</b>  |
| <b>MOTTO DAN PERSEMBAHAN.....</b>                      | <b>iv</b>   |
| <b>ABSTRAKSL.....</b>                                  | <b>v</b>    |
| <b>KATA PENGANTAR.....</b>                             | <b>vi</b>   |
| <b>DAFTAR ISI.....</b>                                 | <b>viii</b> |
| <b>DAFTAR TABEL.....</b>                               | <b>x</b>    |
| <br>   |             |
| <b>BAB I    PENDAHULUAN</b>                            |             |
| A. Latar Belakang Masalah.....                         | 1           |
| B. Rumusan Masalah.....                                | 7           |
| C. Tujuan Penelitian.....                              | 8           |
| D. Manfaat Penelitian.....                             | 8           |
| E. Definisi Konsep.....                                | 8           |
| <br>   |             |
| <b>BAB II    KERANGKA TEORITIK</b>                     |             |
| A. Kajian Pustaka .....                                | 12          |
| 1. Pengertian Pemasaran Jasa .....                     | 12          |
| 2. Karakteristik dan Klasifikasi Jasa .....            | 16          |
| a. Karakteristik Jasa .....                            | 16          |
| b. Klasifikasi Jasa .....                              | 19          |
| 3. Konsep Pemasaran dalam Islam .....                  | 20          |
| 4. Pengertian Manajemen Pemasaran.....                 | 22          |
| 5. Pengertian Strategi Pemasaran.....                  | 22          |
| B. Kajian Teoritik .....                               | 25          |
| 1. Pemilihan Strategi .....                            | 25          |
| 2. Segmentasi Pasar.....                               | 27          |
| 3. Dasar-dasar Untuk Membuat Segmentasi Pasar Konsumen | 28          |
| 4. Strategi Posisi Bisnis .....                        | 29          |
| 5. Strategi Bauran Pemasaran Jasa .....                | 35          |
| C. Penelitian Terdahulu .....                          | 38          |
| <br>   |             |
| <b>BAB III    METODE PENELITIAN</b>                    |             |
| A. Pendekatan dan Jenis Penelitian.....                | 41          |
| B. Lokasi Penelitian .....                             | 41          |
| C. Jenis Data dan Sumber Data .....                    | 41          |
| 1. Jenis Data.....                                     | 41          |
| 2. Sumber Data .....                                   | 42          |
| D. Tahap-tahap Penelitian .....                        | 42          |
| E. Teknik Pengumpulan Data.....                        | 44          |
| F. Teknik Analisis Data .....                          | 46          |
| G. Teknik Keabsahan Data.....                          | 47          |

|               |   |    |
|---------------|---|----|
| <b>BAB IV</b> | <b>PENYAJIAN DAN ANALISIS DATA</b>  |    |
| A.            | Gambaran Umum Objek Penelitian.....   | 49 |
| 1.            | Sejarah Berdirinya KBIH Rohmatul Ummah An-Nahdliyah Sidoarjo .....                        | 49 |
| 2.            | Visi dan Misi KBIH Rohmatul Ummah An-Nahdliyah Sidoarjo .....                             | 50 |
| 3.            | Struktur Organisasi KBIH Rohmatul Ummah An-Nahdliyah Sidoarjo .....                       | 51 |
| 4.            | Jenis Pelayanan KBIH Rohmatul Ummah An-Nahdliyah...                                       | 54 |
| 5.            | Materi Bimbingan.....   | 55 |
| 6.            | Fasilitas Bimbingan Manasik Haji.....   | 55 |
| 7.            | Gedung Serbaguna KBIH Rohmatul Ummah An-Nahdliyah Sidoarjo .....                          | 56 |
| 8.            | Syarat-syarat Pendaftaran Haji .....  | 57 |
| 9.            | Persyaratan Pendaftaran Umorh .....   | 59 |
| B.            | Penyajian Data Tentang Strategi Pemasaran Jasa Pada KBIH Rohmatul Ummah An-Nahdliyah..... | 59 |
| 1.            | Pemilihan Strategi pada KBIH Rohmatul Ummah An-Nahdliyah.....                             | 59 |
| 2.            | Segmentasi Pasar.....   | 60 |
| 3.            | Strategi Posisi Bisnis .....  | 62 |
| 4.            | Marketing Mix Pada KBIH Rohmatul Ummah An-Nahdliyah.....                                  | 64 |
| C.            | Analisis Data Tentang Strategi Pemasaran Jasa Pada KBIH Rohmatul Ummah An-Nahdliyah.....  | 68 |
| 1.            | Pemilihan Strategi pada KBIH Rohmatul Ummah An-Nahdliyah.....                             | 69 |
| 2.            | Segmentasi Pasar .....  | 69 |
| 3.            | Strategi Posisi Bisnis .....  | 71 |
| 4.            | Marketing Mix Pada KBIH Rohmatul Ummah An-Nahdliyah .....                                 | 72 |
| D.            | Pembahasan .....  | 79 |
| <br>          |   |    |
| <b>BAB V</b>  | <b>PENUTUP</b>  |    |
| A.            | Kesimpulan.....   | 81 |
| B.            | Saran .....   | 82 |

DAFTAR PUSTAKA  
LAMPIRAN-LAMPIRAN

## DAFTAR TABEL

| Tabel  | Halaman |
|--|---------|
| 1. Teknik Pengumpulan Data .....             | 46      |
| 2. Jumlah jamaah haji tahun 2007 .....       | 70      |
| 3. Jumlah jamaah haji tahun 2009 .....       | 70      |
| 4. Jumlah jamaah haji tahun 2009 .....       | 70      |
| 5. Strategi Untuk Setiap Posisi Bisnis ..... | 71      |