

DAFTAR ISI

LEMBAR PERSETUJUAN	i
LEMBAR PENGESAHAN	ii
PERNYATAAN ORISINALITAS SKRIPSI	iii
ABSTRAK	iv
ABSTRACT	v
MOTTO	vi
PERSEMBAHAN	vii
DAFTAR RIWAYAT HIDUP	viii
KATA PENGANTAR	ix
UCAPAN TERIMAKASIH	x
DAFTAR ISI	xii
DAFTAR GAMBAR	xiv
DAFTAR TABEL	xv
DAFTAR LAMPIRAN	xvi
BAB I PENDAHULUAN	1
1.1 Latar Belakang Masalah	1
1.2 Identifikasi Masalah	10
1.3 Pembatasan Masalah	11
1.4 Rumusan Masalah	11
1.5 Tujuan Penelitian.....	11
1.6 Manfaat Penelitian.....	11
1.6.1 Manfaat Akademik	11
1.6.2 Manfaat Praktis	11
BAB II TINJAUAN PUSTAKA DAN KERANGKA KONSEP	13
2.1 Tinjauan Pustaka	13
2.1.1 Komunikasi Pemasaran.....	13
2.1.2 Strategi Komunikasi Pemasaran	15
2.1.3 Kepercayaan Konsumen	16
2.1.4 Haji dan Umrah.....	19
2.2 Penelitian Terdahulu.....	26
2.3 Kerangka Konsep	29
BAB III METODOLOGI PENELITIAN	31

3.1 Tempat dan Waktu Penelitian	31
3.2 Pendekatan Penelitian.....	31
3.3 Metode Penelitian.....	31
3.4 Deskripsi Konsep.....	32
3.5 Teknik Penentuan Informan	33
3.6 Teknik Pengumpulan Data	34
3.7 Teknik Analisis Data	35
3.8 Uji Keabsahan Data.....	37
BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN.....	39
4.1 Gambaran Umum Penelitian	39
4.1.1 Profil PT. Albis Nusa Wisata.....	39
4.1.2 Logo PT. Albis Nusa Wisata	39
4.1.3 Visi dan Misi PT. Albis Nusa Wisata	39
4.1.4 Struktur Organisasi PT. Albis Nusa Wisata	40
4.2 Hasil Penelitian.....	41
4.2.1 Strategi Komunikasi Pemasaran PT. Albis Nusa Wisata	41
4.3 Pembahasan Hasil Penelitian.....	57
4.3.1 Strategi Komunikasi Pemasaran Dalam Meningkatkan Kepercayaan Konsumen	57
BAB V PENUTUP	67
5.1 Kesimpulan.....	67
5.2 Saran.....	68
DAFTAR PUSTAKA	69