

DAFTAR ISI

HALAMAN JUDUL	i
HALAMAN PERNYATAAN KEASLIAN.....	ii
PERSETUJUAN PEMBIMBING	iii
PENGESAHAN TIM PENGUJI	iv
PEDOMAN TRANSLITERASI.....	v
HALAMAN MOTTO	vi
ABSTRAK	vii
KATA PENGANTAR	viii
DAFTAR ISI	x

BAB I PENDAHULUAN

A. Latar Belakang Masalah	1
B. Batasan Masalah	6
C. Rumusan Masalah	8
D. Tujuan Penelitian.....	8
E. Manfaat Penelitian	8
F. Penelitian Terdahulu.....	9
G. Metode Penelitian	10
H. Sistematika Pembahasan.....	12

BAB II TINJAUAN PUSTAKA

A. Teori tentang Pemasaran.....	14
B. Teori tentang Komunikasi Pemasaran Terpadu	16
D. Teori tentang Periklanan	21
E. Teori tentang Pemasaran Islami.....	40

BAB III OBJEK DAN METODE PENELITIAN

A. Objek Penelitian.....	55
--------------------------	----

B. Jenis Penelitian	66
C. Subjek Penelitian	67
D. Data dan Sumber Data.....	67
E. Teknik Pengumpulan Data	68
F. Metode Analisis Data	69

BAB IV PAPARAN DATA DAN PEMBAHASAN PENELITIAN

A. Daerah Pemasaran.....	74
B. Tarif Harga Kamar.....	75
C. Cara Penjualan dan Pembayaran.....	79
D. Strategi Promosi.....	82
E. Alternatif dan Evaluasi Pemecahan Masalah.....	86

BAB V PENUTUP

A. Kesimpulan.....	94
B. Saran.....	95

LAMPIRAN-LAMPIRAN