

DAFTAR ISI

LEMBAR PERNYATAAN.....	ii
ABSTRAK.....	iii
ABSTRACT	iv
PEDOMAN TRANSLITERASI.....	v
KATA PENGANTAR	vii
DAFTAR ISI.....	ix
DAFTAR TABEL.....	xi
DAFTAR GAMBAR	xii
BAB I PENDAHULUAN	1
A. Latar Belakang Masalah.....	1
B. Rumusan Masalah	9
C. Tujuan Penelitian.....	9
D. Kegunaan Penelitian	10
BAB II LANDASAN TEORI.....	11
A. Landasan Teori	11
1. Teori Segmentasi Pasar.....	11
2. Targetting.....	14
3. Positioning	16
4. Pemasaran	20
5. Strategi Pemasaran.....	24
6. Hotel	26
B. Penelitian Terdahulu.....	35
C. Kerangka Pemikiran	36
BAB III METODOLOGI PENELITIAN.....	40
A. Metode Penelitian	40
B. Sumber Data	40
C. Teknik Pengumpulan Data	41
D. Instrumen Penelitian	43
E. Teknik Analisis Data	44
F. Kredibilitas Data.....	46
G. Tempat dan Waktu Penelitian.....	47
BAB IV HASIL DAN PEMBAHASAN.....	49
A. Gambaran Umum Objek Penelitian.....	49
B. Hasil Pembahasan.....	52
C. Perbedaan Utama Segmentasi Pemasaran	58
D. Strategi Pemasaran	58
1. Strategi Pemasaran Hotel surya	58

2. Strategi Pemasaran Hotel The Arsy Syariah.....	62
BAB V KESIMPULAN.....	66
A. Kesimpulan.....	66
B. Saran.....	67
DAFTAR PUSTAKA	69
LAMPIRAN.....	75

DAFTAR TABEL

Tabel 2. 1 Penelitian Terdahulu.....	35
Tabel 3. 1 Nama dan Lokasi Hotel Konvensional.....	47
Tabel 3. 2 Nama dan Lokasi Hotel Syari'ah	47
Tabel 3. 3 Waktu Penelitian	47
Tabel 4. 1 Perbedaan Utama Segmentasi Pemasaran.....	58

DAFTAR GAMBAR

Gambar 2. 1 Kerangka Berpikir	39
-------------------------------------	----