

DAFTAR ISI

LEMBAR PERSETUJUAN SKRIPSI	i
LEMBAR PENGESAHAN	ii
PERNYATAAN KEASLIAN SKRIPSI	iii
MOTTO	iv
ABSTRAK	v
ABSTRACT	vi
KATA PENGANTAR	vii
DAFTAR ISI	x
DAFTAR TABEL	xii
DAFTAR GAMBAR	xiii
DAFTAR LAMPIRAN	xiv
BAB I PENDAHULUAN	1
A. Latar Belakang Masalah.....	1
B. Rumusan Masalah	11
C. Tujuan Penelitian	11
D. Manfaat Penelitian	11
E. Kerangka Teori	12
F. Metodologi Penelitian	13
1. Jenis Penelitian	13
2. Sumber Data	14
3. Jenis Data	14
4. Teknik Pengumpulan Data	14
5. Teknik Pengolahan Data	15
a. Definisi Metode <i>Analytical Hierarchy Process</i> (AHP)	15
b. Kegunaan Metode <i>Analytical Hierarchy Process</i> (AHP).....	16
c. Prinsip Dasar Metode <i>Analytical Hierarchy Process</i> (AHP)	18
d. Tahapan Analisis <i>Analytical Hierarchy Process</i> (AHP)	20
6. Pendekatan Penelitian.....	22
G. Operasional Variabel.....	22
BAB II KEPUTUSAN KONSUMEN DALAM PEMILIHAN TRAVEL UMROH	24
A. Travel Umroh.....	24
1. Definisi Ibadah Umroh	24
2. Definisi Biro Perjalanan Wisata	25

3.	Pedoman Penyelenggaraan Ibadah Umroh.....	26
4.	Pedoman Pendaftaran Jemaah Umroh.....	26
B.	Keputusan Konsumen	27
1.	Definisi Keputusan Konsumen.....	27
2.	Peran Individu dalam Proses Keputusan Konsumen.....	28
3.	Faktor yang Mempengaruhi Keputusan Konsumen	29
4.	Proses Pengambilan Keputusan Konsumen	34
5.	Keputusan Konsumen Menurut Islam	41
C.	Penelitian Terdahulu	43
	BAB III GAMBARAN OBJEK PENELITIAN	48
A.	Lokasi Penelitian.....	48
B.	Gambaran Umum Perusahaan.....	54
1.	PT. Lintas Dunia (Lintas Dunia)	55
2.	PT. Cahaya Cordoba Utama (Corma Travel)	56
3.	PT. Amisya Mubarakah Dauly (Amisya Tours & Travel).....	58
	BAB IV HASIL DAN PEMBAHASAN	61
A.	Faktor yang Memengaruhi Keputusan Konsumen terhadap Pemilihan Travel Umroh	61
B.	Analisis Urutan Prioritas Faktor Keputusan Konsumen terhadap Pemilihan Travel Umroh.....	66
C.	Solusi Penanganan Keputusan Konsumen terhadap Pemilihan Travel Umroh.	75
	BAB V PENUTUP.....	77
A.	Kesimpulan	77
B.	Saran	78
	DAFTAR PUSTAKA	80
	LAMPIRAN.....	83