

DAFTAR ISI

HALAMAN JUDUL	i
PERNYATAAN	ii
HALAMAN PERSETUJUAN	iii
HALAMAN PENGESAHAN	iv
HALAMAN MOTTO	v
ABSTRAK	vi
ABSTRACT	vii
KATA PENGANTAR	viii
HALAMAN PERSEMBAHAN	x
DAFTAR ISI	xi
DAFTAR ISTILAH	xiii
DAFTAR SINGKATAN	xiv
DAFTAR GAMBAR	xv
DAFTAR TABEL	xvi
BAB 1 PENDAHULUAN	1
1.1 Latar Belakang Masalah	1
1.2 Perumusan Masalah	4
1.3 Pertanyaan Penelitian	4
1.4 Tujuan Penelitian	5
1.5 Manfaat Penelitian	5
1.6 Tinjauan Pustaka	6
1.7 Landasan Teori	9
1.8 Metode Penelitian	16

1.9 Sistematika Penulisan.....	22
BAB II DESKRIPSI OBJEK PENELITIAN.....	23
2.1 Lokasi Ebad Alrahman Wisata	23
2.2 Sejarah Ebad Alrahman Wisata	23
2.3 Logo Ebad Alrahman Wisata.....	25
2.4 Visi dan Misi Ebad Alrahman Wisata.....	26
2.5 Struktur Organisasi Ebad Alrahman Wisata.....	26
2.6 Produk Ebad Alrahman Wisata.....	32
2.7 Kegiatan Pemasaran Ebad Alrahman Wisata	34
BAB III PEMBAHASAN.....	38
3.1 Penerapan <i>Intercultural Communication</i> di Ebad Alrahman Wisata.....	38
3.2 Kendala Penerapan <i>Intercultural Communication</i> di Ebad Wisata	53
3.3 Pengaruh <i>Intercultural Communication</i> Terhadap Keputusan Calon Jamaah dalam Memilih Paket Umrah dan Haji di Ebad Alrahman Wisata ...	57
BAB IV KESIMPULAN DAN SARAN.....	67
4.1 Kesimpulan.....	67
4.2 Saran.....	68
DAFTAR PUSTAKA	70
DAFTAR NARASUMBER.....	72
DAFTAR PERTANYAAN	73
LAMPIRAN	74