

## DAFTAR ISI

<b>HALAMAN PERNYATAAN .....</b>	<b>i</b>
<b>HALAMAN JUDUL .....</b>	<b>ii</b>
<b>HALAMAN PERSETUJUAN PEMBIMBING .....</b>	<b>iii</b>
<b>HALAMAN PENGESAHAN PANITIA PENGUJI .....</b>	<b>iv</b>
<b>ABSTRAK .....</b>	<b>v</b>
<b>KATA PENGANTAR .....</b>	<b>vi</b>
<b>DAFTAR ISI .....</b>	<b>ix</b>
<b>BAB 1 PENDAHULUAN</b>	
1.1 Latar Belakang .....	1
1.2 Fokus Penelitian .....	6
1.3 Tujuan Penelitian .....	6
1.4 Manfaat Penelitian .....	6
1.5 Kerangka Teori .....	8
1.5.1 Teori Kerjasama dan Persaingan .....	8
1.6 Metode Penelitian .....	20
1.6.1 Tipe Penelitian .....	20
1.6.2 Lokasi Penelitian .....	20
1.6.3 Batasan Konsep .....	20
1.6.4 Teknik Pemilihan Subyek .....	21

1.6.5 Teknik Pengumpulan Data .....	23
1.6.6 Teknik Analisis Data .....	23

## **BAB II HISTORI PERKEMBANGAN BIRO PENYELENGGARA**

### **IBADAH HAJI**

2.1 Sejarah Singkat Penyelenggara Ibadah Haji di Indonesia .....	25
2.1.1 Masa Penjajahan Belanda .....	25
2.2.2 Masa Setelah Kemerdekaan .....	27
2.1.3 Periode 1996 s.d. 1998 .....	30
2.1.4 Periode 1999 s.d. sekarang .....	33
2.2 Organisasi Penyelenggaraan Haji .....	34
2.3 Quota dan Realisasi Pemberangkatan Jamaah Haji .....	36
2.4 Biaya Penyelenggara Ibadah Haji (BPIH) .....	37

## **BAB III ANALISIS DATA**

3.1 Profil Subyek Informan .....	43
3.1.1 Informan 1 AR .....	44
3.1.1 Informan 2 SR .....	49
3.1.1 Informan 3 H .....	55
3.1.1 Informan 4 MZ .....	59
3.1.1 Informan 5 OR .....	63
3.1.1 Informan 6 W .....	67
3.2 Motif yang Melatarbelakangi Konsumen dalam memilih Biro..	70
3.2.1 Kondisi Lingkungan .....	70
3.2.2 Kondisi Lingkungan Intern .....	71
3.2.3 Kondisi Lingkungan Ekstern .....	72
3.2.4 Kondisi Sosial Ekonomi .....	74
3.2.5 Haji Sebagai Simbol .....	76
3.3 Proses Persaingan dalam Biro Penyelenggara Ibadah Haji .....	80
3.3.1 Persaingan dalam Biro Haji .....	80

3.3.2 Harga yang Diberikan Kepada Konsumen .....	83
3.3.3 Fasilitas yang Diberikan Kepada Konsumen .....	84
3.3.4 Kemudahan Pelayanan .....	87
3.3.5 Simbol Persaingan .....	87
3.3.6 Tujuan dalam Persaingan Biro Penyelenggara Haji ...`	88

#### **BAB IV PERSAINGAN ANTAR BIRO PENYELENGGARA IBADAH HAJI**

4.1 Interaksi antar Biro Jasa Ibadah Haji .....	96
4.2 Sistem Transaksi .....	97
4.2.1 Pemasaran .....	98
4.2.2 Pelayanan .....	99
4.3 Persaingan Biro Haji dalam Proses Disosiatif Sosial .....	100

#### **BAB V PENUTUP**

5.1 Kesimpulan .....	106
5.2 Saran .....	108

#### **DAFTAR PUSTAKA**

#### **LAMPIRAN**