

DAFTAR ISI

HALAMAN JUDUL	i
SURAT PERNYATAAN PENULIS	ii
ABSTRAK	iii
<i>ABSTRACT</i>	iv
الخلاصة	v
LEMBAR PERSETUJUAN TESIS	vi
LEMBAR PENGESAHAN TESIS	vii
PEDOMAN TRANSLITERASI	viii
KATA PENGANTAR	xii
DAFTAR ISI	xiv
DAFTAR TABEL	xviii
DAFTAR GAMBAR	xix
DAFTAR LAMPIRAN	xx
BAB I PENDAHULUAN	1
A. Latar Belakang Penelitian	1
B. Rumusan Masalah	10
C. Tujuan Penelitian	11
D. Manfaat Hasil Penelitian	11
E. Hasil Penelitian Terdahulu	12
F. Kerangka Pemikiran	22
1. Manajemen Pemasaran Bauran 7P	22
2. Pondok Pesantren	26

3. Keputusan Konsumen Pendidikan	28
G. Hipotesis.....	31
BAB II TINJAUAN PUSTAKA	32
A. Manajemen Pemasaran Bauran 7P	32
1. Pengertian Manajemen Pemasaran	32
2. Pengertian Manajemen Pemasaran Bauran 7P.....	33
3. Komponen Manajemen Pemasaran Bauran 7P	36
4. Fungsi Manajemen Pemasaran Bauran 7P	39
5. Tujuan Manajemen Pemasaran Bauran 7P	41
6. Konsep Manajemen Pemasaran Bauran 7P	42
B. Pondok Pesantren	44
1. Pengertian Pondok Pesantren.....	44
2. Karakteristik Pondok Pesantren	46
3. Pengertian Santri Pondok Pesantren	48
4. Faktor-Faktor yang Mempengaruhi Minat Santri Pondok Pesantren	51
5. Peran Orang Tua Membina Anak dalam Memilih Pesantren .	53
C. Keputusan Konsumen Pendidikan	55
1. Pengertian Keputusan Konsumen Pendidikan	55
2. Tahapan-Tahapan Proses Keputusan Pembelian	58
3. Faktor-Faktor yang Mempengaruhi Konsumen dalam Pembelian.....	62
4. Peran dalam Proses Keputusan Pembelian Konsumen	64
5. Struktur Keputusan Pembelian.....	66
6. Faktor-Faktor yang Memengaruhi Perilaku Konsumen.....	69

7. Jenis-Jenis Proses Pembelian	71
8. Jenis-Jenis Tingkah Laku Keputusan Pembelian.....	72
BAB III METODOLOGI PENELITIAN	74
A. Pendekatan dan Metode Penelitian	74
B. Jenis dan Sumber Penelitian.....	76
C. Teknik Pengumpulan Data.....	76
1. Pengumpulan Data Kualitatif.....	76
2. Pengumpulan Data Kuantitatif.....	77
D. Teknik Analisis Data.....	78
1. Teknik Analisis Data Kualitatif	79
2. Teknik Analisis Data Kuantitatif	80
E. Tahap Pengolahan Data.....	81
F. Tempat dan Waktu Penelitian	81
BAB IV PEMBAHASAN	83
A. Gambaran Umum Objek Penelitian	83
1. Pondok Pesantren Darun Nasya	83
2. Pondok Pesantren Persatuan Islam 50 Lembang.....	86
B. Hasil Penelitian	89
1. Analisis Data Kuantitatif.....	89
2. Analisis Data Kualitatif.....	100
1.) Strategi Pemasaran Pondok Pesantren.....	102
2.) Media Promosi Pondok Pesantren untuk Menarik Calon Santri	106
3.) Peran Alumni dalam Membantu Promosi Pondok Pesantren.....	110

4.) Strategi Pondok Pesantren dalam Menghadapi	
Persaingan dengan Pesantren Lain	111
5.) Faktor Utama yang Mempengaruhi Keputusan	
Orang Tua dalam Memilih Pondok Pesantren.....	113
6.) Pertimbangan Orang Tua Santri mengenai Biaya	
dan Kualitas Pendidikan dalam Memilih Pesantren	116
7.) Pandangan Pimpinan Pondok Pesantren terhadap	
Peran Keluarga dalam Keputusan Santri untuk Mondok ...	119
C. Pembahasan Hasil Penelitian	120
1. Manajemen Pemasaran Bauran 7P Pondok Pesantren	
se-Kecamatan Lembang Kabupaten Bandung Barat	120
2. Perbandingan Strategi Pemasaran Bauran 7P di Pondok Pesantren	
Pesantren se-Kecamatan Lembang Kabupaten Bandung Barat.....	124
3. Pengambilan Keputusan Orang Tua Santri dalam Memilih Pondok	
Pesantren di Pondok Pesantren se-Kecamatan Lembang Kabupaten	
Bandung Barat.....	130
4. Pengaruh Manajemen Pemasaran Bauran 7P terhadap Keputusan	
Orang Tua Santri dalam Memilih Pondok Pesantren di Pondok Pesantren	
se-Kecamatan Lembang Kabupaten Bandung Barat	136
BAB V PENUTUP	143
A. Kesimpulan.....	143
B. Saran	146
DAFTAR PUSTAKA.....	148
DAFTAR LAMPIRAN.....	154
RIWAYAT HIDUP.....	204

DAFTAR TABEL

Tabel 1.1	Data Pondok Pesantren se-Kecamatan Lembang Kab. Bandung Barat.....	6
Tabel 1.2	Data jumlah santri Ponpes Rojaul Huda Darun Nasya Lembang	7
Tabel 1.3	Data Jumlah Santri Ponpes Persis 50 Lembang.....	9
Tabel 3.1	Tahapan Kegiatan Penelitian	82
Tabel 4.1.	Karakteristik Responden Berdasarkan Lokus Penelitian.....	90
Tabel 4.2.	Tanggapan Responden Variabel Manajemen Pemasaran Bauran 7P Pondok Pesantren.....	90
Tabel 4.3	Tanggapan Responden Variabel Keputusan Orang Tua Santri dalam Memilih Pondok Pesantren	92
Tabel 4.4	Hasil Uji Validitas Variabel Manajemen Pemasaran Bauran 7P Pondok Pesantren	93
Tabel 4.5	Hasil Uji Validitas Variabel Keputusan Orang Tua Santri dalam Memilih Pondok Pesantren	95
Tabel 4.6	Reliability Statistics Variabel Manajemen Pemasaran Bauran 7P Pondok Pesantren	96
Tabel 4.7	Reliability Statistics Variabel Keputusan Orang Tua Santri dalam Memilih Pondok Pesantren	96
Tabel 4.8	Hasil Uji Parsial (Uji T)	97

DAFTAR GAMBAR

Gambar 1.1	Arah Kerangka Pemikiran.....	30
Gambar 2.1	Tahapan Utama Proses Pembelian Konsumen.....	62
Gambar 3.1	Proses metode penelitian kombinasi model embedded concurrent metode kualitatif sebagai metode Primer.....	81



DAFTAR LAMPIRAN

1.	SK Pembimbing Tesis	154
2.	Surat Izin Penelitian.....	155
3.	Surat Keterangan Telah Melaksanakan Penelitian	157
4.	Dokumentasi Penelitian	159
5.	Media Sosial Ponpes Darun Nasya & Ponpes Persis 50 Lembang	162
6.	Pedoman Pengumpulan Data	164
7.	Pedoman Wawancara.....	165
8.	Transkrip Wawancara	179
9.	Kuesioner Penelitian	193
10.	Rekapitulasi Hasil Pengisian Kuesioner Penelitian	199
11.	Output SPSS Hasil Uji Validitas	201
12.	Output SPSS Hasil Uji Reliabilitas & Hasil Uji Parsial (Uji T).....	203

