

LAMPIRAN-LAMPIRAN

A. SK Pembimbing



UNIVERSITAS ISLAM NEGERI SUNAN GUNUNG DJATI BANDUNG
NOMOR : 501/Un.05/IV/PPs/PP.00.9/03/2025
TENTANG
PENETAPAN JUDUL DAN PEMBIMBING TESIS
DIREKTUR PASCASARJANA UIN SUNAN GUNUNG DJATI BANDUNG

- Menimbang** : a. Bahwa dalam rangka menunjang kelancaran pelaksanaan penyusunan Tesis mahasiswa Pascasarjana UIN Sunan Gunung Djati Bandung perlu ditetapkan judul dan Pembimbing Tesis;
- b. Bahwa saudara yang namanya tercantum dalam surat keputusan ini dipandang mampu dan memenuhi syarat untuk menjadi Pembimbing Tesis mahasiswa Pascasarjana UIN Sunan Gunung Djati Bandung;
- Mengingat** : 1. Undang-undang Nomor 20 Tahun 2005 tentang Sistem Pendidikan Nasional;
2. Peraturan Presiden RI Nomor 57 Tahun 2005 tentang Perubahan IAIN ke UIN SGD;
3. Peraturan Menteri Agama Nomor 27 Tahun 2020 tentang Perubahan Ketiga Atas Peraturan Menteri Agama Nomor 7 Tahun 2013 Tentang Organisasi Dan Tata Kerja Universitas Islam Negeri Sunan Gunung Djati Bandung;
4. Keputusan Menteri Keuangan RI, Nomor 251/KMK.05/2008 tentang Penetapan UIN Sunan Gunung Djati Bandung sebagai Instansi Pemerintah yang Menetapkan Pengelolaan Keuangan Badan Layanan Umum.
5. Keputusan Rektor UIN Sunan Gunung Djati Bandung Nomor 178/Un.05/I/PP.00.9/07/2016 tentang Predikat Kehululusan Yudicium Jenjang S2 dan S3
6. Keputusan Menteri Agama No. 14 Tahun 2015 tentang STATUTA UIN SGD Bandung;
7. Keputusan Lembaga Islam No. 2084 Tahun 2013 tentang Pendirian Program Studi Magister Pendidikan Islam Jenjang S2;
8. Keputusan Rektor UIN Sunan Gunung Djati Bandung, 136/Un.05/I/PP.00.9/07/2016 tentang Pemberlakuan Pedoman Kurikulum UIN Sunan Gunung Djati Bandung Mengacu pada Kerangka Kualifikasi Nasional Indonesia (KKNI) dan Standar Nasional Pendidikan Tinggi (SNPT)
9. PMA RI Nomor 082525/B.II/3/2023 tentang Pengangkatan Rektor UIN Sunan Gunung djati Bandung.
10. Keputusan Rektor UIN Sunan Gunung Djati Bandung Nomor: 325/Un.05/II.2/KP.07.6/08/2023 tanggal 22 Agustus 2023, tentang Pengangkatan dan Pemberhentian Direktur Pascasarjana UIN Sunan Gunung Djati Bandung;
11. Keputusan Direktur Pascasarjana UIN Sunan Gunung Djati Bandung No.5262/Un 05/PPs/PP.00.9/12/2023 tentang Pedoman Penulisan Tesis dan Disertasi.

M E M U T U S K A N

- Memperhatikan** : Hasil Seminar Usulan Penelian (SUP) Tesis tanggal 19 Februari 2025 dan perbaikan proposal
- Menetapkan** : Terhitung mulai tanggal 11 Maret 2025 mengangkat :

1. **Dr. H. Hasbiyallah, M.Ag**
NIP. 197809182003121002
2. **Dr. Muhammad Aminuddin, M.Ag., Ph.D.**
NIP. 197601222009121002

Sebagai Pembimbing penyusunan Tesis mahasiswa tersebut di bawah ini :

Nama	:	Muhammad Haikal As-Shidqi
NIM	:	2230060102
Prog. Pendidikan	:	Magister (S2)
Program Studi	:	Manajemen Pendidikan Islam (MPI)
Judul Tesis	:	Strategi Bauran 7-P untuk meningkatkan Citra Merek Program Studi Tasawuf dan Psikoterapi UIN Sunan Gunung Djati Bandung.

Dengan ketentuan:

1. Keputusan ini berlaku mulai tanggal ditetapkan hingga lulus ujian munaqasah;
2. Kepada pembimbing diberikan remunerasi sesuai dengan ketentuan yang berlaku;
3. Segala sesuatu akan diubah sebagaimana mestinya apabila dikemudian hafidari ternyata terdapat kekeliruan dalam penetapan ini.
4. Surat keputusan ini disampaikan kepada pembimbing dan mahasiswa yang bersangkutan untuk diketahui dan dilaksanakan sebagaimana mestinya.

Ditetapkan di : Bandung
 Pada tanggal : 11 Maret 2025
 Direktur Pascasarjana
Dr. H. Ahmad Sarbini, M.Ag.
 NIP. 196801121993031003



B. Surat Izin Penelitian



KEMENTERIAN AGAMA REPUBLIK INDONESIA
UNIVERSITAS ISLAM NEGERI
SUNAN GUNUNG DJATI BANDUNG
PASCASARJANA

Jalan Soekarno-Hatta Kel. Cimincrang Kec. Gedebage Telp. (022) 7800525 Fax. (022) 7802844
 Website: www.cos.uinapf.ac.id E-mail: pascasainsgdbdg@yahoo.co.id

Nomor : 2727/Un.05/IV/PPs/PP.00.9/05/2025

Bandung, 27 Mei 2025

Lampiran :-

Perihal : Permohonan Izin Penelitian

Yth. Ketua Prodi Tasawuf dan Psikoterapi

di

Fakultas Ushuluddin, Jalan Cimencrang, Panyileukan, Cimencrang, Gedebage, Kota Bandung, Jawa Barat 40292.

Assalamu'alaikum Wr. Wb.

Dipermaklumkan dengan hormat, dalam rangka mengumpulkan data penelitian untuk penulisan tesis dengan judul: *"STRATEGI BAURAN PEMASARAN 7-P UNTUK MENINGKATKAN CITRA MEREK PROGRAM STUDI (Studi Kasus Prodi Tasawuf dan Psikoterapi UIN Sunan Gunung Djati Bandung)"* pada Pascasarjana UIN Sunan Gunung Djati Bandung, mahasiswa kami:

Nama : **Muhammad Haikal As-Shidqi**
 NIM : 2230060102
 Program : Pascasarjana
 Prodi/Kons. : Magister (S2) Manajemen Pendidikan Islam
 Semester : 4 (dua)
 Alamat : Jl. Tanjung Pura, Desa. Pagat. Kab. Hulu Sungai Tengah.
 Kalimantan Selatan
 No.Hp : 085751737373

bermaksud melakukan izin penelitian di tempat yang Bapak/Ibu pimpin, sehubungan dengan ini, kami mohon kiranya Bapak/Ibu dapat memberikan bantuan informasi dan data yang dibutuhkan.

Demikian, atas perhatian dan bantuan Bapak/Ibu kami ucapkan terima kasih.

Wassalamu'alaikum Wr. Wb.



Direktur,

Prof. Dr. H. Ahmad Sarbini M.Ag.
 NIP. 196801121993031003

C. Surat Keterangan Melakukan Penelitian



**KEMENTERIAN AGAMA REPUBLIK INDONESIA
UNIVERSITAS ISLAM NEGERI
SUNAN GUNUNG DJATI BANDUNG
FAKULTAS USHULUDDIN**

Jalan Soekarno-Hatta Kel. Cimincrang Kec. Gedebage Kota Bandung 40294 ☎Telp. +62 821-1903-5459
e-mail ushuluddin@uinsgd.ac.id website: fu.uinsgd.ac.id.

SURAT KETERANGAN

B-1168/Un.05/III.1/PP.00.9/05/2025

Yang bertanda tangan dibawah ini:

Nama : Dr. H. Cucu Setiawan, S.Psi.I., M.Ag.
NIP : 198008252007101003
Jabatan : Ketua Prodi Tasawuf dan Psikoterapi

Menerangkan Bahwa:

Nama : Muhammad Haikal As-Shidqi
NIM : 2230060102
Program Studi : Magister (S2) Manajemen Pendidikan Islam
Semester : 4 (dua)
Judul Penelitian : Strategi Bauran Pemasaran 7-P Untuk Meningkatkan Citra Merek Program Studi (Studi Kasus Prodi Tasawuf dan Psikoterapi UIN Sunan Gunung Djati Bandung)

Mahasiswa Program Pascasarjana UIN Sunan Gunung Djati Bandung Program Studi Manajemen Pendidikan Islam. benar telah melaksanakan Kegiatan Penelitian di Prodi Tasawuf dan Psikoterapi mulai tanggal 1 Juli sampai dengan 20 Juli 2025 untuk memenuhi tugas penelitian penulisan Tesis.

Keterangan ini kami terbitkan sebagaimana Surat Direktur Program Pascasarjana UIN Sunan Gunung Djati Bandung Nomor: 2727/Un.05/IV/PPs/PP.00.9/05/2025 tanggal 27 Mei 2025. Demikian keterangan ini kami buat untuk dipergunakan sebagaimana mestinya.

Bandung, 1 Juni 2025

Yang Membuat Pernyataan,


 Dr. H. Cucu Setiawan, S.Psi.I., M.Ag.
 NIP. 198008252007101003

D. Instrumen Penelitian

No	Variabel	Indikator	Sumber	Pengumpulan Data		
				W	D	O
1	Product (Produk Layanan Pendidikan)	- Keunikan dan keunggulan kurikulum	Ketua Prodi, Dosen, Alumni	✓	✓	✓
		- Relevansi kompetensi lulusan				
		- Inovasi program layanan				
2	Price (Harga/Biaya Pendidikan)	- Kebijakan biaya kuliah	Ketua Prodi, Dosen, Alumni	✓	✓	
		- Akses beasiswa/keringanan				
		- Persepsi terhadap kesesuaian harga dengan kualitas				
3	Place (Tempat/Lokasi & Aksesibilitas)	- Aksesibilitas kampus	Ketua Prodi, Dosen, Alumni	✓	✓	✓
		- Pemanfaatan platform digital				
		- Kenyamanan dan fasilitas fisik lokasi				
4	Promotion (Promosi)	- Media promosi yang digunakan	Ketua Prodi, Dosen, Alumni,	✓	✓	
		- Peran media sosial, brosur, event, alumni				
		- Efektivitas promosi				

5	People (SDM)	- Kualifikasi dan pelayanan dosen - Keterlibatan mahasiswa dan alumni - Pengembangan SDM	Ketua Prodi, Dosen, Alumni	✓	✓	
6	Process (Proses Layanan Akademik)	- Alur layanan (penerimaan, pembelajaran, administrasi) - Transparansi dan efisiensi layanan - Kepuasan mahasiswa	Ketua Prodi, Dosen, Alumni	✓	✓	✓
7	Physical Evidence (Bukti Fisik)	- Kualitas fasilitas fisik (kelas, lab, website) - Identitas visual prodi - Peningkatan infrastruktur	Observasi Lingkungan, Ketua Prodi, Tim IT		✓	✓
8	Citra Merek Prodi	- Persepsi publik terhadap Prodi - Daya tarik Prodi bagi calon mahasiswa - Strategi membangun dan menjaga citra	Ketua Prodi, Dosen, Alumni.	✓	✓	

E. Lembar Observasi

No	Variabel	Indikator	Deskripsi Observasi	Keterangan		Catatan
				Ada	Tidak	
1	<i>Product</i>	Keunikan kurikulum, kualitas dosen, layanan mahasiswa	- Apakah prodi menonjolkan kurikulum khusus Tasawuf & Psikoterapi? - Apakah ada program unggulan?			
2	<i>Price</i>	Keterjangkauan Biaya, keringanan beasiswa	- Apakah informasi biaya kuliah disampaikan terbuka? - Apakah tersedia program beasiswa?			
3	<i>Place</i>	Lokasi, fasilitas kampus, akses informasi digital	- Apakah lokasi mudah dijangkau? - Apakah media promosi digital (web, IG) aktif?			
4	<i>Promotion</i>	Media promosi, kampus expo, testimoni alumni	- Apakah promosi dilakukan secara rutin? - Apakah ada testimoni dari alumni di media sosial?			
5	<i>People</i>	Kompetensi dosen, staf admin, relasi mahasiswa	- Apakah dosen/staf memberikan pelayanan informatif? - Apakah ada kedekatan relasional?			
6	<i>Process</i>	Alur pendaftaran, pelayanan akademik, sistem pelayanan informasi	- Apakah alur pendaftaran jelas dan mudah diakses? - Apakah pelayanan cepat dan ramah?			
7	<i>Physical Evidence</i>	Brosur, media digital, ruang layanan, simbol identitas prodi	- Apakah tersedia brosur atau profil prodi? - Apakah ruang layanan nyaman dan			

			mencerminkan identitas?			
--	--	--	-------------------------	--	--	--

F. Lembar Dokumentasi

No.	Variabel	Indikator	Dokumentasi	Ada / Tidak
1	Product (Produk)	Keunikan layanan, kualitas program, variasi layanan	Brosur, leaflet, foto kegiatan program	
2	Price (Harga)	Struktur biaya, fleksibilitas pembayaran, transparansi biaya	Struktur biaya pendidikan, dokumen kebijakan pembayaran	
3	Place (Tempat)	Lokasi strategis, aksesibilitas, kenyamanan lingkungan	Foto lingkungan kampus, denah lokasi	
4	Promotion (Promosi)	Media promosi, strategi promosi, intensitas promosi	Poster, video promosi, iklan media sosial	
5	People (Orang)	Kualitas dosen/staf, interaksi dengan mahasiswa	Profil dosen, dokumentasi kegiatan pelayanan mahasiswa	
6	Process (Proses)	Alur layanan, sistem pendaftaran, SOP akademik	Buku panduan akademik, SOP, formulir pendaftaran	
7	Physical Evidence (Bukti Fisik)	Fasilitas, tampilan kantor, atribut institusi	Foto fasilitas, seragam, logo institusi	

G. Pedoman Wawancara Ketua Prodi

PEDOMAN WAWANCARA
KETUA PRODI TASAWUF DAN PSIKOTERAPI

NO	VARIABLE	INDIKATOR	PERTANYAAN	JAWABAN
1.	<i>Product</i> (Produk)	Kurikulum	Apa saja keunggulan kurikulum dan layanan akademik yang ditawarkan Prodi Tasawuf dan Psikoterapi?	
		Relevansi kompetensi lulusan	Bagaimana Anda menilai relevansi kompetensi lulusan dengan kebutuhan masyarakat atau dunia kerja?	
		Inovasi program layanan	Apakah terdapat inovasi layanan atau program unggulan dari Prodi ini?	
			Sejauh mana program ini memiliki kekhasan dibandingkan prodi sejenis di tempat lain?	
2.	Price (Harga/Biaya Pendidikan)	Kebijakan biaya kuliah	Bagaimana struktur pembiayaan kuliah diatur di Prodi ini?	
		Akses beasiswa/keringanan	Apakah ada beasiswa atau keringanan biaya? Bagaimana dampaknya terhadap minat mahasiswa?	
		Persepsi terhadap kesesuaian harga dengan kualitas	Apakah menurut Anda biaya pendidikan di Prodi ini sudah sesuai dengan kualitas layanan yang diberikan?	
3.		Aksesibilitas Kampus / Lokasi	Bagaimana Anda menilai kemudahan akses ke lokasi kampus UIN Sunan Gunung Djati Bandung?	

	Place (Tempat/Lokasi & Aksesibilitas)	fasilitas kampus,	Apakah lokasi dan fasilitas kampus mendukung promosi Prodi ini?	
		Akses informasi digital	Bagaimana pemanfaatan media digital atau platform online untuk layanan akademik?	
3.	Promotion (Promosi)	Media promosi,	Apa saja bentuk promosi atau publikasi yang telah dilakukan Prodi untuk menarik calon mahasiswa baru?	
		Kampus expo	Apakah Prodi aktif mengadakan kampus expo serta menggunakan media sosial, website, atau platform digital lainnya untuk promosi?	
		Testimoni alumni	Apakah ada testimoni dari alumni di media sosial?	
4.	People (Sumber Daya Manusia)	Kompetensi dosen	Bagaimana kualitas dan kompetensi dosen serta tenaga kependidikan di Prodi ini?	
		Pendiri Prodi	Bagaimana pengaruh Buya Nursamad Kamba sebagai pendiri Prodi ini?	
		Relasi mahasiswa	Apakah sumber daya manusia di Prodi dilibatkan dalam proses promosi dan pelayanan kepada mahasiswa?	
5.	Process (Proses Layanan)	Alur pendaftaran, Pelayanan akademik,	Bagaimana alur pendaftaran mahasiswa baru dan layanan akademik lainnya (misal: perwalian, ujian, skripsi dll)?	
		Sistem pelayanan informasi	Apakah menurut Anda proses-proses tersebut sudah cukup efisien dan memudahkan mahasiswa?	
6.	Physical Evidence (Bukti Fisik)	Brosur, media digital, ruang layanan,	Apakah Prodi memiliki sarana fisik penunjang citra seperti brosur, banner, profil prodi, atau website resmi?	

		Simbol identitas prodi	Bagaimana tampilan kantor prodi, ruang layanan, dan citra visual lainnya di mata publik?	
7.	Citra Merek Prodi	Persepsi publik terhadap Prodi	Menurut Anda, bagaimana citra merek Prodi Tasawuf dan Psikoterapi saat ini di kalangan mahasiswa, dosen, dan masyarakat?	
		Daya tarik Prodi bagi calon mahasiswa	Faktor apa yang paling berkontribusi terhadap penguatan atau penurunan citra tersebut?	
		Strategi membangun dan menjaga citra	Apa strategi jangka panjang Prodi dalam membangun brand image yang kuat?	
8	Penutup		Apa harapan dan pesan Bapak/Ibu terhadap pengembangan strategi pemasaran Prodi agar lebih unggul dan dikenal luas?	

H. Pedoman Wawancara Dosen Prodi

PEDOMAN WAWANCARA
DOSEN PRODI TASAWUF DAN PSIKOTERAPI

NO	VARIABLE	INDIKATOR	PERTANYAAN	JAWABAN
1.	<i>Product</i> (Produk)	Keunikan kurikulum, distingsi ilmu Tasawuf & Psikoterapi	Menurut Bapak/Ibu, apa keunggulan akademik utama dari Prodi ini yang bisa ditawarkan ke masyarakat?	
		Inovasi kurikulum, respons terhadap isu kontemporer, relevansi lulusan	Bagaimana Anda menilai relevansi kompetensi lulusan dengan kebutuhan masyarakat atau dunia kerja?	
			Apakah kurikulum dan metode pembelajaran yang digunakan saat ini sudah cukup mencerminkan kebutuhan zaman?	
2.	Price (Harga/Biaya Pendidikan)	Keterjangkauan biaya	Apakah menurut Bapak/Ibu biaya pendidikan di Prodi ini sudah sesuai dengan nilai layanan yang diberikan?	
		Akses beasiswa/keringanan	Bagaimana dampaknya terhadap minat mahasiswa?	
		Persepsi terhadap kesesuaian harga dengan kualitas	Sejauh mana keterbukaan informasi soal biaya kuliah dirasakan calon mahasiswa?	

3.	Place (Tempat/Lokasi & Aksesibilitas)	Ketersediaan ruang kelas, laboratorium, aksesibilitas	Bagaimana fasilitas dan lingkungan fisik kampus dalam mendukung proses belajar-mengajar?	
		Akses informasi digital	Apakah sarana digital sudah digunakan secara maksimal untuk menjangkau calon mahasiswa dari berbagai daerah?	
3.	Promotion (Promosi)	Kegiatan expo, seminar, media sosial, publikasi akademik	Apa saja bentuk promosi atau publikasi yang telah dilakukan Prodi untuk menarik calon mahasiswa baru?	
		Keterlibatan Dosen	Apakah dosen ikut terlibat dalam promosi Prodi, seperti saat expo kampus, seminar, atau media sosial?	
		Dampak promosi terhadap minat calon mahasiswa, jangkauan target	Menurut Bapak/Ibu, apakah promosi yang dilakukan Prodi selama ini sudah efektif?	
4.	People (Sumber Daya Manusia)	Kolaborasi, komunikasi, kultur akademik sehat	Bagaimana hubungan antara dosen, mahasiswa, dan staf di Prodi ini? Apakah sudah mencerminkan kultur akademik yang sehat?	
		Pendiri Prodi	Bagaimana pengaruh Buya Nursamad Kamba sebagai pendiri Prodi ini?	
		Peran dalam branding, pelayanan, peran sebagai duta Prodi	Apakah sumber daya manusia di Prodi dilibatkan dalam proses promosi dan pelayanan kepada mahasiswa?	

5.	Process (Proses Layanan)	Efisiensi layanan, respons dosen/staf, sistem bimbingan,	Bagaimana proses akademik seperti bimbingan skripsi dan pelayanan administratif?	
		Penggunaan platform digital, keluhan mahasiswa, kepuasan layanan	Apakah sistem pelayanan Prodi (online/offline) sudah efisien?	
6.	Physical Evidence (Bukti Fisik)	Banner, brosur, video profil, buku panduan, merchandise	Apakah Prodi memiliki sarana fisik penunjang citra seperti brosur, banner, profil prodi, atau website resmi?	
		Bagaimana kesan visual dan identitas institusi bagi mahasiswa baru/tamu kampus?	Bagaimana kesan visual dan identitas institusi bagi mahasiswa baru/tamu kampus?	
7.	Citra Merek Prodi	Reputasi internal dan eksternal, testimoni, persepsi lulusan	Menurut Anda, bagaimana citra merek Prodi Tasawuf dan Psikoterapi saat ini di kalangan mahasiswa, dosen, dan masyarakat?	
		Sumber daya, promosi, peran alumni, kualitas layanan	Faktor apa yang paling berkontribusi terhadap penguatan atau penurunan citra tersebut?	

		Inovasi program, penguatan branding, sinergi internal-eksternal	Apa rekomendasi untuk meningkatkan daya tarik Prodi di masa depan?	
8	Penutup	Strategi promosi ke depan, visi jangka panjang, kolaborasi lintas pihak	Apa harapan dan pesan Bapak/Ibu terhadap pengembangan strategi pemasaran Prodi agar lebih unggul dan dikenal luas?	



I. Pedoman Wawancara Alumni Prodi

PEDOMAN WAWANCARA
ALUMNI PRODI TASAWUF DAN PSIKOTERAPI

NO	VARIABLE	INDIKATOR	PERTANYAAN	JAWABAN
1.	<i>Product</i> (Produk)	Kompetensi keilmuan dan keterampilan	Apa saja keunggulan akademik/kontennya yang Anda rasakan selama kuliah?	
		Relevansi kurikulum dengan kebutuhan zaman	Apakah materi dan pengalaman selama kuliah relevan dengan dunia kerja atau kehidupan Anda sekarang?	
			Apakah Prodi ini memberikan nilai tambah secara intelektual dan spiritual?	
2.	Price (Harga/Biaya Pendidikan)	Persepsi terhadap affordability (keterjangkauan)	Bagaimana Anda menilai biaya kuliah selama di prodi?	
		Value for money: apakah output sepadan dengan biaya	Apakah sebanding dengan manfaat yang Anda peroleh?	
3.	Place (Tempat/Lokasi & Aksesibilitas)	Fasilitas kampus	Apakah kampus dan lingkungan pembelajaran mendukung proses studi Anda?	
		Akses terhadap referensi dan pembelajaran daring	Bagaimana akses Anda ke sumber belajar, baik fisik maupun digital?	

3.	Promotion (Promosi)	Media promosi yang diakses (media sosial, pameran, brostur, testimoni)	Apakah Anda dulu mengetahui prodi ini melalui media promosi tertentu?	
		Saran promosi yang lebih efektif	Menurut Anda, seberapa efektif promosi yang dilakukan oleh prodi saat itu?	
4.	People (Sumber Daya Manusia)	Profesionalisme dosen, Atmosfer akademik dan relasi antar civitas	Bagaimana Anda menilai interaksi antara dosen, mahasiswa, dan staf saat Anda kuliah?	
		Pendiri Prodi	Bagaimana pengaruh Buya Nursamad Kamba sebagai pendiri Prodi ini?	
5.	Process (Proses Layanan)	Kelancaran proses KRS, bimbingan, skripsi	Bagaimana Anda menilai pelayanan akademik dan administrasi selama menjadi mahasiswa?	
6.	Physical Evidence (Bukti Fisik)	Kesan profesionalitas prodi secara visual	Apakah prodi menyediakan media dan identitas visual yang representatif (banner, brosur, media digital)?	
		Dokumentasi kegiatan atau publikasi alumni	Bagaimana Anda menilai tampilan fisik dan representasi visual Prodi saat itu?	
7.	Citra Merek Prodi	Persepsi personal terhadap nama baik dan identitas prodi	Bagaimana Anda melihat citra Prodi Tasawuf dan Psikoterapi di masyarakat saat ini?	
		Faktor pendukung/penghambat popularitas prodi	Apa menurut Anda yang membuat prodi ini unik atau berbeda dari prodi lain?	

8	Penutup	Gagasan kreatif dari alumni	Apa harapan Anda sebagai alumni untuk pengembangan prodi ke depan?	
		Komitmen alumni untuk berkontribusi kembali ke prodi	Adakah saran untuk strategi promosi atau penguatan citra merek Prodi agar lebih dikenal?	



J. Triangulasi Sumber

NO	VARIABLE	INDIKATOR	PERTANYAAN	JAWABAN				Kesimpulan
				Ketua Prodi	Dosen prodi	Alumni	Teori	
1.	Product (Produk)	Kurikulum	Apa saja keunggulan kurikulum dan layanan akademik yang ditawarkan Prodi Tasawuf dan Psikoterapi?	“Kurikulum di Prodi Tasawuf dan Psikoterapi	Kurikulum adaptif dengan perkembangan zaman, meskipun implementasi profil lulusan masih perlu diperkuat. (Dosen Prodi)	Kompetensi yang diperoleh relevan di lapangan, khususnya dalam bidang pendidikan dan konseling. (Alumni)	Kotler & Keller menekankan bahwa diferensiasi produk menjadi kunci positioning yang kuat.	Kurikulum Prodi memiliki kekhasan yang menjadi keunggulan kompetitif, namun perlu peningkatan dalam optimalisasi profil lulusan.
		Relevansi kompetensi lulusan	Bagaimana Anda menilai relevansi kompetensi lulusan dengan kebutuhan masyarakat atau dunia kerja?	dirancang integratif antara tasawuf klasik dan psikoterapi modern, sehingga				
		Inovasi program layanan	Apakah terdapat inovasi layanan atau program unggulan dari Prodi ini? Sejauh mana program ini memiliki kekhasan dibandingkan prodi sejenis di tempat lain?	memberi keunikan yang tidak dimiliki prodi lain.” (Ketua Prodi)				

2.	Price (Harga/Biaya Pendidikan)	Kebijakan biaya kuliah	Bagaimana struktur pembiayaan kuliah diatur di Prodi ini?	“Biaya kuliah relatif terjangkau dibanding prodi lain di UIN.” (Ketua Prodi)	Adanya skema UKT dan beasiswa menjadi faktor pendorong minat mahasiswa. (Dosen Prodi)	Biaya sesuai dengan kualitas, walau transparansi informasi perlu lebih ditingkatkan. (Alumni)	Zeithaml menyebutkan price dalam jasa pendidikan bukan sekadar nominal, tetapi juga persepsi nilai.	Biaya kuliah menjadi faktor daya tarik, namun transparansi dan sosialisasi kebijakan harga perlu diperkuat.
		Akses beasiswa/keringanan	Apakah ada beasiswa atau keringanan biaya? Bagaimana dampaknya terhadap minat mahasiswa?					
		Persepsi terhadap kesesuaian harga dengan kualitas	Apakah menurut Anda biaya pendidikan di Prodi ini sudah sesuai dengan kualitas layanan yang diberikan?					
3.	Place (Tempat/Lokasi & Aksesibilitas)	Aksesibilitas Kampus / Lokasi	Bagaimana Anda menilai kemudahan akses ke lokasi kampus UIN Sunan Gunung Djati Bandung?	“Lokasi kampus strategis meski di pinggir kota, namun akses transportasi cukup mudah.”	Fasilitas kampus cukup memadai dan relevan untuk menunjang proses belajar. (Dosen Prodi)	Pemanfaatan platform digital (SALAM, E-KNOWS) semakin mempermudah akses layanan. (Alumni)	Kotler menekankan place mencakup distribusi layanan, baik fisik maupun digital.	Lokasi dan sistem digital memperkuat aksesibilitas, meski sarana transportasi umum perlu peningkatan.
		fasilitas kampus,	Apakah lokasi dan fasilitas kampus mendukung promosi Prodi ini?					
		Akses informasi digital	Bagaimana pemanfaatan media digital atau platform online untuk layanan akademik?					

				(Ketua Prodi)				
3.	Promotion (Promosi)	Media promosi,	Apa saja bentuk promosi atau publikasi yang telah dilakukan Prodi untuk menarik calon mahasiswa baru?	Promosi dilakukan melalui media sosial dan website, walau belum maksimal. (Ketua Prodi)	Promosi tradisional (pamflet, expo) masih digunakan. (Dosen Prodi)	Testimoni alumni jarang dipublikasikan, padahal efektif untuk menarik minat. (Alumni)	Kotler menegaskan word of mouth dan digital marketing adalah instrumen penting promosi jasa.	Promosi sudah berjalan tetapi perlu lebih gencar memanfaatkan media digital dan testimoni alumni.
		Kampus expo	Apakah Prodi aktif mengadakan kampus expo serta menggunakan media sosial, website, atau platform digital lainnya untuk promosi?					
		Testimoni alumni	Apakah ada testimoni dari alumni di media sosial?					
4.	People (Sumber Daya Manusia)	Kompetensi dosen	Bagaimana kualitas dan kompetensi dosen serta tenaga kependidikan di Prodi ini?	Dosen-dosen memiliki kompetensi akademik tinggi. (Ketua Prodi)	Figur Buya Nursamad Kamba memberi nilai historis dan spiritual. (Dosen Prodi)	Interaksi mahasiswa–dosen bersifat kekeluargaan dan suportif. (Alumni)	Dalam jasa pendidikan, kualitas SDM menjadi salah satu faktor utama brand image.	SDM prodi menjadi keunggulan utama, meskipun konsistensi pelayanan dosen masih perlu diperbaiki.
		Pendiri Prodi	Bagaimana pengaruh Buya Nursamad Kamba sebagai pendiri Prodi ini?					
		Relasi mahasiswa	Apakah sumber daya manusia di Prodi dilibatkan dalam proses promosi dan					

			pelayanan kepada mahasiswa?					
5.	Process (Proses Layanan)	Alur pendaftaran, Pelayanan akademik,	Bagaimana alur pendaftaran mahasiswa baru dan layanan akademik lainnya (misal: perwalian, ujian, skripsi dll)?	Proses administrasi sudah digital melalui DAMBA, SALAM, E-KNOWS. (Ketua Prodi)	Layanan akademik tersistematis, meski ada kendala pada konsistensi bimbingan. (Dosen Prodi)	Birokrasi kampus kadang dipelajari secara otodidak, belum disosialisasikan secara formal. (Alumni)	Lovelock menekankan efisiensi dan kejelasan proses sebagai inti jasa pendidikan.	Proses layanan sudah modern dan efisien, tetapi proaktifitas dan konsistensi layanan masih harus ditingkatkan.
		Sistem pelayanan informasi	Apakah menurut Anda proses-proses tersebut sudah cukup efisien dan memudahkan mahasiswa?					
6.	Physical Evidence (Bukti Fisik)	Brosur, media digital, ruang layanan,	Apakah Prodi memiliki sarana fisik penunjang citra seperti brosur, banner, profil prodi, atau website resmi?	Ada brosur, banner, website, dan laboratorium "Syifa al-Qulub". (Ketua Prodi)	Website pertama dikelola internal sejak 2013. (Dosen Prodi)	Identitas fisik prodi cukup kuat, meskipun promosi visual di ruang publik perlu diperbanyak. (Alumni)	Zeithaml menyatakan physical evidence menjadi bukti nyata kualitas jasa.	Bukti fisik sudah ada dan khas, namun branding visual perlu diperluas.
		Simbol identitas prodi	Bagaimana tampilan kantor prodi, ruang layanan, dan citra visual lainnya di mata publik?					

K. Triangulasi Teknik

NO	VARIABLE	INDIKATOR	PERTANYAAN	TEKNIK PENGUMPULAN DATA			KESIMPULAN
				Observasi	Wawancara	Dokumentasi	
1.	Product (Produk)	Kurikulum	Apa saja keunggulan kurikulum dan layanan akademik yang ditawarkan Prodi Tasawuf dan Psikoterapi?	Kurikulum berbasis integrasi tasawuf dan psikoterapi dinilai unik, adaptif, dan relevan dengan kebutuhan zaman.	Hasil wawancara menunjukkan mahasiswa dan dosen menilai kurikulum mendukung kompetensi multidisipliner.	Dokumentasi berupa struktur kurikulum dan buku pedoman akademik memperkuat keunggulan layanan akademik.	Kurikulum unggul dan berorientasi kebutuhan zaman menjadi salah satu faktor citra positif prodi.
		Relevansi kompetensi lulusan	Bagaimana Anda menilai relevansi kompetensi lulusan dengan kebutuhan masyarakat atau dunia kerja?	Kurikulum unggul dan berorientasi kebutuhan zaman menjadi salah satu faktor citra positif prodi.	Kurikulum unggul dan berorientasi kebutuhan zaman menjadi salah satu faktor citra positif prodi.	Kurikulum unggul dan berorientasi kebutuhan zaman menjadi salah satu faktor citra positif prodi.	Kurikulum unggul dan berorientasi kebutuhan zaman menjadi salah satu faktor citra positif prodi.

		Inovasi program layanan	Apakah terdapat inovasi layanan atau program unggulan dari Prodi ini?	Kurikulum unggul dan berorientasi kebutuhan zaman menjadi salah satu faktor citra positif prodi.	Kurikulum unggul dan berorientasi kebutuhan zaman menjadi salah satu faktor citra positif prodi.	Kurikulum unggul dan berorientasi kebutuhan zaman menjadi salah satu faktor citra positif prodi.	Kurikulum unggul dan berorientasi kebutuhan zaman menjadi salah satu faktor citra positif prodi.
2.	Price (Harga/Biaya Pendidikan)	Kebijakan biaya kuliah	Bagaimana struktur pembiayaan kuliah diatur di Prodi ini?	Biaya kuliah ditetapkan sesuai standar UIN, relatif terjangkau.	Wawancara dosen menyebutkan biaya kuliah sudah proporsional.	Dokumentasi UKT menunjukkan variasi kategori sesuai kondisi ekonomi mahasiswa.	Struktur biaya yang adil mendukung citra inklusif prodi.
		Akses beasiswa/keri nganan	Apakah ada beasiswa atau keringanan biaya? Bagaimana dampaknya terhadap minat mahasiswa?	Beasiswa KIP-Kuliah dan bantuan internal UIN tersedia.	Mahasiswa mengaku terbantu dengan adanya beasiswa sehingga minat kuliah meningkat.	Dokumentasi berupa data penerima beasiswa memperkuat hasil wawancara.	Akses beasiswa berpengaruh positif terhadap daya tarik prodi.
		Persepsi terhadap kesesuaian	Apakah menurut Anda biaya pendidikan di	Sebagian mahasiswa menilai biaya	Alumni menegaskan	Dokumentasi akreditasi	Kesesuaian harga dan kualitas memperkuat kepercayaan publik.

		harga dengan kualitas	Prodi ini sudah sesuai dengan kualitas layanan yang diberikan?	sudah sesuai, meski layanan masih bisa ditingkatkan.	value for money cukup baik.	mendukung argumen ini.	
3.	Place (Tempat/Lokasi & Aksesibilitas)	Aksesibilitas Kampus / Lokasi	Bagaimana Anda menilai kemudahan akses ke lokasi kampus UIN Sunan Gunung Djati Bandung?	Kampus strategis di Bandung Timur namun akses transportasi terbatas.	Mahasiswa menilai akses relatif mudah meski macet menjadi hambatan.	Dokumentasi peta lokasi menunjukkan posisi kampus di jalur utama.	Aksesibilitas cukup baik namun perlu penguatan fasilitas transportasi.
		fasilitas kampus,	Apakah lokasi dan fasilitas kampus mendukung promosi Prodi ini?	Gedung representatif dan fasilitas ruang kelas cukup memadai.	Dosen menyebut fasilitas mendukung meski laboratorium perlu peningkatan.	Dokumentasi foto fasilitas memperkuat deskripsi observasi.	Fasilitas memadai namun penguatan sarana modern diperlukan.
		Akses informasi digital	Bagaimana pemanfaatan media digital atau platform online untuk layanan akademik?	Proses KRS, pengisian nilai, dan pengumuman berbasis platform online.	Mahasiswa menyebut WhatsApp Group dan website sebagai sarana utama.	Dokumentasi berupa portal akademik SALAM/E-KNOWS.	Pemanfaatan digital meningkatkan efisiensi dan transparansi.

3.	Promotion (Promosi)	Media promosi,	Apa saja bentuk promosi atau publikasi yang telah dilakukan Prodi untuk menarik calon mahasiswa baru?	Promosi dilakukan melalui media sosial, brosur, dan banner.	Mahasiswa menilai promosi digital masih perlu optimalisasi.	Dokumentasi berupa akun media sosial prodi.	Promosi digital efektif namun perlu diperluas jangkauannya.
		Kampus expo	Apakah Prodi aktif mengadakan kampus expo serta menggunakan media sosial, website, atau platform digital lainnya untuk promosi?	Prodi mengikuti expo kampus dan sosialisasi sekolah.	Wawancara dengan dosen menjelaskan keikutsertaan dalam expo.	Dokumentasi berupa laporan kegiatan expo.	Kampus expo efektif menjaring calon mahasiswa.
		Testimoni alumni	Apakah ada testimoni dari alumni di media sosial?	Testimoni alumni dimuat di brosur dan media sosial.	Mahasiswa baru mengaku tertarik karena pengaruh alumni.	Dokumentasi berupa video testimoni.	Testimoni alumni berperan penting dalam menarik minat.
4.	People (Sumber Daya Manusia)	Kompetensi dosen	Bagaimana kualitas dan kompetensi dosen serta tenaga	Dosen berlatar akademik S2 dan S3, profesional.	Mahasiswa menilai dosen cukup responsif dan berkompeten.	Dokumentasi berupa daftar riwayat hidup dosen.	Kompetensi dosen mendukung kualitas prodi.

			kependidikan di Prodi ini?				
		Pendiri Prodi	Bagaimana pengaruh Buya Nursamad Kamba sebagai pendiri Prodi ini?	Pendiri dipandang sebagai tokoh visioner.	Wawancara dosen senior menegaskan pengaruh besar pendiri.	Dokumentasi berupa sejarah prodi.	Pendiri memberi nilai filosofis dan legitimasi akademik.
		Relasi mahasiswa	Apakah sumber daya manusia di Prodi dilibatkan dalam proses promosi dan pelayanan kepada mahasiswa?	HMJ dan alumni aktif membantu promosi.	Mahasiswa menyebut keterlibatan HMJ sangat penting.	Dokumentasi berupa laporan kegiatan mahasiswa.	Relasi mahasiswa memperkuat promosi dan pelayanan.
5.	Process (Proses Layanan)	Alur pendaftaran, Pelayanan akademik,	Bagaimana alur pendaftaran mahasiswa baru dan layanan akademik lainnya (misal: perwalian, ujian, skripsi dll)?	Pendaftaran via DAMBA, layanan via SALAM dan E-KNOWS.	Wawancara dosen menekankan efisiensi layanan.	Dokumentasi berupa SOP fakultas/prodi.	Alur jelas, terstruktur, dan memudahkan mahasiswa.
		Sistem pelayanan informasi	Apakah menurut Anda proses tersebut sudah cukup	Sistem daring dinilai praktis meski butuh optimalisasi.	Mahasiswa mengaku lebih mudah mengakses	Dokumentasi berupa portal akademik daring.	Sistem informasi efisien meski perlu penguatan sosialisasi.

			efisien dan memudahkan mahasiswa?		informasi akademik.		
6.	Physical Evidence (Bukti Fisik)	Brosur, media digital, ruang layanan,	Apakah Prodi memiliki sarana fisik penunjang citra seperti brosur, banner, profil prodi, atau website resmi?	Brosur, banner, dan website resmi tersedia.	Wawancara dosen menyebut media fisik penting untuk promosi.	Dokumentasi berupa brosur prodi.	Sarana fisik memperkuat citra akademik prodi.
		Simbol identitas prodi	Bagaimana tampilan kantor prodi, ruang layanan, dan citra visual lainnya di mata publik?	Kantor prodi representatif meski perlu modernisasi.	Mahasiswa menilai ruang layanan cukup ramah.	Dokumentasi berupa foto ruang layanan.	Identitas visual prodi menambah daya tarik publik.
7.	Citra Merek Prodi	Persepsi publik terhadap Prodi	Menurut Anda, bagaimana citra merek Prodi Tasawuf dan Psikoterapi saat ini di kalangan mahasiswa, dosen, dan masyarakat?	Citra positif sebagai prodi unik dan islami.	Mahasiswa menilai prodi relevan dengan kebutuhan zaman.	Dokumentasi berupa laporan akreditasi.	Citra merek prodi relatif kuat meski perlu penguatan promosi.

		Daya tarik Prodi bagi calon mahasiswa	Faktor apa yang paling berkontribusi terhadap penguatan atau penurunan citra tersebut?	Keunikan integrasi tasawuf-psikoterapi jadi daya tarik utama.	Alumni menyebut testimoni dan keunikan sebagai faktor kunci.	Dokumentasi berupa tracer study dan profil prodi.	Daya tarik tinggi meski tantangan promosi digital masih ada.
		Strategi membangun dan menjaga citra	Apa strategi jangka panjang Prodi dalam membangun brand image yang kuat?	Strategi melalui inovasi kurikulum dan promosi digital.	Wawancara dosen menyebut rencana internasionalisasi prodi.	Dokumentasi berupa rencana strategis fakultas.	Strategi penguatan citra dilakukan melalui inovasi dan digitalisasi.

L. Data Coding dan Kategorisasi Tema dalam NVivo

Name	Files	References	Created on	Created by	Modified on	Modified by
7-P Marketing Mix	7	1670	8/12/2025 12:51 PM	MHA	8/14/2025 8:00 PM	MHA
Product (Produk)	7	742	8/12/2025 12:53 PM	MHA	8/14/2025 8:06 PM	MHA
Price (Harga)	7	141	8/12/2025 12:53 PM	MHA	8/14/2025 8:08 PM	MHA
Place (Tempat)	7	118	8/12/2025 12:53 PM	MHA	8/14/2025 8:09 PM	MHA
Promotion (Promosi)	7	213	8/12/2025 12:53 PM	MHA	8/14/2025 8:03 PM	MHA
People (Orang)	7	210	8/12/2025 12:54 PM	MHA	8/14/2025 7:59 PM	MHA
Process (Proses)	6	140	8/12/2025 12:54 PM	MHA	8/14/2025 8:07 PM	MHA
Physical Evidence (Bukti Fisi)	7	106	8/12/2025 12:54 PM	MHA	8/14/2025 8:09 PM	MHA
Brand Image	1	1	8/12/2025 12:53 PM	MHA	8/14/2025 8:00 PM	MHA
Strengthness (Kekuatan)	0	0	8/12/2025 12:57 PM	MHA	8/12/2025 12:57 PM	MHA
Uniqueness (Keunikan)	1	1	8/12/2025 12:57 PM	MHA	8/14/2025 12:06 PM	MHA
Favorable (Kesukaan)	0	0	8/12/2025 12:57 PM	MHA	8/12/2025 12:57 PM	MHA
Tantangan dan Hambatan	6	180	8/12/2025 6:37 PM	MHA	8/14/2025 8:00 PM	MHA
Product	6	45	8/12/2025 6:38 PM	MHA	8/15/2025 2:03 AM	MHA
Price	4	8	8/12/2025 6:40 PM	MHA	8/15/2025 2:02 AM	MHA
Place	5	22	8/12/2025 6:42 PM	MHA	8/15/2025 2:01 AM	MHA
Promotion	5	42	8/12/2025 6:43 PM	MHA	8/15/2025 2:02 AM	MHA
People	3	14	8/12/2025 6:44 PM	MHA	8/15/2025 2:01 AM	MHA
Process	4	38	8/12/2025 6:45 PM	MHA	8/15/2025 2:03 AM	MHA
Physical Evidence	3	11	8/12/2025 6:49 PM	MHA	8/15/2025 2:01 AM	MHA

M. Identitas Responden

No	Nama	Jabatan
1	Fatin Hamama	Istri Pendiri Prodi Tasawuf dan Psikoterapi
2.	Dr. Cucu Setiawan, S.Psi., M.Ag.	Ketua Prodi Periode 2023-2027
3.	Dr. Muhtar Gojali, M.Ag.	Sekretaris Prodi & Ketua Prodi Periode 2013-2022
4.	Dr. Rifki Rosyad, M.A.	Sekretaris Prodi Periode 1998-2002
5.	Dr. Dian Siti Nurjanah, S.Psi.I, M.Ag.	Dosen TP dari 2002-Sekarang
6.	Naan, S.Psi.I., M.Ag.	Dosen TP dari 2004-Sekarang
7.	Chyiril Futuhana Ahmad, S.Ag., M.Pd.	Alumni TP Tahun 2022
8	Olivia Nursaadah, S.Ag.	Alumni TP Tahun 2020

N. Foto Dokumentasi



Perizinan Awal Wawancara dengan

1. Dr. Rifki Rosyad, MA.
2. Dr. Dian Siti Nurjanah, M.Ag.
3. Umi Fatin Hamama
4. Dr. Cucu Setiawan, S.Psi.I., M.Ag.



Wawancara dengan Umi Fatin Hamama



Wawancara dengan Ketua Prodi
Dr. Muhtar Gojali, M.Ag.



Wawancara dengan Alumni
Chyryl Futuhana Ahmad, S.Ag. M.Pd.



Banner Visi dan Misi

Layanan Syifa al-Qulub



Lab Syifa al-Qulub

Alat dan Praktek EEG (Electroencephalogram)

DAFTAR RIWAYAT HIDUP



Muhammad Haikal As-Shidqi lahir di Kandangan pada 5 Juli 2000. Ia merupakan putra dari Mara Aswin, S.Ag. dan Normawarni, S.Ag., serta anak kedua dari lima bersaudara. Menempuh pendidikan dasar di SDN Pagat 2 (2006–2012), kemudian melanjutkan ke Pondok Pesantren Al-Falah Banjarbaru (2012-2015), serta sekolah negeri MTs Al-Falah Islamic Boarding School (2012–2015) dan MA Al-Falah Islamic Boarding School (2015–2018). Setelah itu, ia melanjutkan studi di UIN Sunan Gunung Djati Bandung pada Program Studi Tasawuf dan Psikoterapi (2018–2022) dengan status penerima Beasiswa PBSB (Program Beasiswa Santri Berprestasi). Dan kemudian ia melanjutkan studinya pada program Magister Pascasarjana UIN Sunan Gunung Djati Bandung, pada prodi Bimbingan Konseling Islam (2022-2024).

Selain aktif dalam akademik, ia juga memiliki berbagai pengalaman organisasi, di antaranya sebagai Anggota Bidang Kesehatan IKPPF Pondok Pesantren Al-Falah Putera Banjarbaru (2015–2018), Wakil Ketua Bidang Manajemen Sumber Daya Manusia CSSMoRA UIN Sunan Gunung Djati Bandung (2019–2020), serta Ketua Relawan di Laboratorium Syifa al-Qulub. Dalam bidang kompetisi, ia berhasil meraih juara 2 MQK (Musabaqah Qiraatul Kutub) tingkat Kabupaten Banjarbaru, Kalimantan Selatan pada tahun 2017, serta juara MVP dalam kompetisi basket tingkat daerah Banjarbaru pada 2015.

Di samping itu, ia juga memiliki keahlian dalam bidang editing, desain grafis, serta penguasaan bahasa Inggris dan Arab. Keterampilannya dalam penggunaan perangkat lunak seperti Microsoft Office dan Photoshop turut mendukung aktivitas akademik maupun profesionalnya. Ia memiliki minat dalam olahraga seperti badminton, basket, futsal, sepak bola, serta hobi dalam mendengarkan musik. Karena menurut dia musik adalah suatu terapi.