

DAFTAR ISI

SURAT PERNYATAAN	i
LEMBAR PERSETUJUAN PENELITIAN TESIS.....	ii
LEMBAR PENGESAHAN	iii
ABSTRAK	iv
PEDOMAN TRANSLITERASI	vii
KATA PENGANTAR.....	xiv
DAFTAR GAMBAR	xix
DAFTAR TABEL.....	xx
BAB I PENDAHULUAN	1
A. Latar Belakang	1
B. Rumusan masalah.....	8
C. Tujuan penelitian.....	8
D. Manfaat Penelitian	8
E. Penelitian Terdahulu.....	9
F. Kerangka Pemikiran.....	18
G. Kata Kerja Operasional	20
1. Manajemen Pemasaran	20
2. Pendidikan <i>Boarding School</i>	21
BAB II TINJAUAN PUSTAKA	22
A. Manajemen pemasaran Pendidikan.....	22
1. Konsep Manajemen	22
2. Konsep Pemasaran	23
3. Konsep Manajemen Pemasaran	30
B. <i>Boarding School</i>	37
1. Pengertian <i>Boarding School</i>	37
2. Karakteristik <i>Boarding School</i>	38
3. Keunggulan <i>Boarding School</i>	40
C. Manajemen Pemasaran Pendidikan di <i>Boarding School</i>	42
1. Analisis SWOT dalam Pemasaran Pendidikan <i>Boarding School</i>	42
2. Strategi Segmentasi, Targeting, dan Positioning (STP)	46

3. Bauran Pemasaran (Marketing Mix).....	50
4. Peran Digital Marketing dalam Pemasaran Pendidikan	60
BAB III METODE PENELITIAN.....	62
A. Pendekatan dan Metode Penelitian	62
1. Pendekatan Penelitian.....	62
2. Metode Penelitian	63
B. Jenis dan Sumber Data	65
1. Jenis Data.....	65
2. Sumber Data	66
C. Teknik pengumpulan Data	68
1. Observasi	68
2. Wawancara.....	70
3. Dokumentasi	75
4. Materi Audio dan Visual.....	75
D. Teknik Analisis Data	76
E. Teknik Pemeriksaan Uji keaahan data	77
F. Tempat dan Waktu Penelitian.....	78
BAB IV PEMBAHASAN DAN HASIL PENELITIAN	80
A. Deskripsi Data.....	80
1. Profil SMA Daarut Tauhiid	80
2. Visi, Misi dan Tujuan SMA Daarut Tauhiid	81
3. Struktur Organisasi SMA Daarut Tauhiid	84
4. Kondisi Pendidik dan Tenaga Kependidikan di SMA Daarut Tauhiid.....	85
5. Keadaan Peserta Didik.....	92
6. Keadaan Sarana dan Prasarana	93
7. Muatan kurikulum.....	94
8. Proses pembelajaran dan Ekstrakurikuler.....	96
B. Temuan dan Hasil Penelitian.....	97
1. Deskripsi Proses Pemilihan SDM dalam Pemasaran Pendidikan <i>Boarding School</i> di SMA Daarut Tauhiid	97
2. Deskripsi Proses pemasaran Pendidikan <i>Boarding School</i> di SMA Daarut Tauhiid	101
3. Deskripsi Program-program pemasaran pendidikan <i>Boarding</i> <i>School</i> di SMA Daarut Tauhiid	123
4. Deskripsi Evaluasi kinerja pemasaran pendidikan <i>Boarding</i> <i>School</i> di SMA Daarut Tauhiid.	126

C.	Pembahasan Hasil Penelitian	129
1.	<i>People</i> (SDM)	129
2.	<i>Process</i> (Proses)	131
3.	<i>Programs</i> (Program-program)	135
4.	<i>Performance</i> (Kinerja)	138
D.	Penawaran Gagasan	141
E.	Kebaruan dan Orisinalitas	144
BAB V PENUTUP		145
A.	Kesimpulan	145
B.	Saran	146
DAFTAR PUSTAKA		147
LAMPIRAN-LAMPIRAN		151



DAFTAR GAMBAR

No	Judul Gambar	Halaman
1.1	Kerangka Pemikiran	20
2.1	Diagram Analisis SWOT	36
3.1	Struktur Organisasi SMA Daarut Tauhiid	67
4.1	Alur Pendaftaran Peserta didik baru di SMA Daarut Tauhiid	95
4.2	Program keunggulan SMA Daarut Tauhiid	96
4.3	Citra satelit SMA Daarut Tauhiid	104



DAFTAR TABEL

No	Judul Tabel	Halaman
1.1	Data Peminata SMA Daarut Tauhiid	7
1.2	Penelitian Terdahulu	9
2.1	Tabel Matriks SWOT	37
3.1	Rincian Narasumber	50
3.2	Aspek yang diobservasi	52
3.3	Kisi-kisi wawancara	55
3.4	Rencana jadwal Penelitian	62
4.1	Nilai-nilai Pendidikan karakter	64
4.2	Tenaga Kependidikan	68
4.3	Tenaga Pendidik	69
4.4	Daftar Pendidik dan tenaga kependidikan	69
4.5	Data Jumlah Peserta didik tahun pelajaran 2024/2025	76
4.6	Daftar sarana dan prasarana	76
4.7	Struktur Kurikulum	78
4.8	Jadwal kegiatan harian peserta didik	79