

DAFTAR ISI

KATA PENGANTAR.....	i
DAFTAR ISI.....	iii
DAFTAR TABEL.....	v
DAFTAR GAMBAR.....	vi
DAFTAR LAMPIRAN.....	vii
BAB I PENDAHULUAN	
A. Latar Belakang Masalah.....	1
B. Rumusan Masalah.....	3
C. Tujuan dan Kegunaan Penelitian.....	4
D. Kerangka Pemikiran.....	6
BAB II KAJIAN TEORI	
A. Pengertian Manajemen Pemasaran Jasa Madrasah.....	11
B. Ruang Lingkup Manajemen Pemasaran Jasa Pendidikan Madrasah.....	20
C. Hasil Manajemen Pemasaran Jasa.....	47
D. Bauran Pemasaran.....	48
BAB III METODOLOGI PENELITIAN	
A. Pendekatan Penelitian dan Jenis Data.....	50
B. Sumber Data Penelitian.....	50
C. Teknik dan Instrumen Pengumpulan Data.....	51
D. Teknik Analisis Data.....	53
E. Uji Keabsahan Data.....	55
F. Kajian Pustaka yang Relevan.....	56
BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN	
A. Latar Alamiah Madrasah Aliyah Muslimin Cikondang.....	58
B. Manajemen Pemasaran Jasa Madrasah Aliyah Muslimin Cikondang.....	69
C. Pengorganisasian Pemasaran Jasa.....	79
D. Pelaksanaan Pemasaran Jasa.....	81
E. Pengawasan Pemasaran Jasa.....	86
F. Hasil Manajemen Pemasaran Jasa.....	89
G. Faktor Pendukung dan Penghambat Pemasaran Jasa.....	91

BAB V PENUTUP

A. Kesimpulan.....97
B. Implikasi99

DAFTAR PUSTAKA



uin

UNIVERSITAS ISLAM NEGERI
SUNAN GUNUNG DJATI
BANDUNG