

DAFTAR ISI

LEMBAR JUDUL	i
ABSTRAK	ii
LEMBAR PERNYATAAN KARYA ILMIAH	iii
LEMBAR PENGESAHAN SKRIPSI	iv
KATA PENGANTAR.....	v
DAFTAR ISI.....	viii
DAFTAR TABEL.....	xi
DAFTAR GAMBAR.....	xi
DAFTAR LAMPIRAN	xiii
BAB I PENDAHULUAN.....	1
A. Latar Belakang Masalah.....	1
B. Rumusan Masalah	7
C. Tujuan Penelitian	8
D. Manfaat Penelitian	8
E. Kerangka Berpikir	9
F. Hipotesis Penelitian	15
G. Hasil Penelitian Terdahulu.....	15
BAB II TINJAUAN PUSTAKA.....	29
A. Strategi Promosi Jasa Pendidikan Berbasis <i>Website</i>	29
1. Konsep Strategi Promosi Jasa Pendidikan Berbasis <i>Website</i>	29
2. Fungsi Strategi Promosi Jasa Pendidikan Berbasis <i>Website</i>	38
3. Tujuan Strategi Promosi Jasa Pendidikan Berbasis <i>Website</i>	39
4. Indikator Strategi Promosi Jasa Pendidikan Berbasis <i>Website</i>	40

B. Loyalitas Pelanggan	49
1. Konsep Loyalitas Pelanggan	49
2. Manfaat Loyalitas Pelanggan	55
3. Faktor yang Mempengaruhi Loyalitas Pelanggan.....	56
4. Indikator Loyalitas Pelanggan.....	57
C. Korelasi Strategi Promosi Jasa Pendidikan berbasis <i>Website</i> dengan Loyalitas Pelanggan	65
BAB III METODOLOGI PENELITIAN	67
A. Pendekatan dan Metode Penelitian	67
B. Jenis dan Sumber Data	68
C. Teknik Pengumpulan Data.....	72
D. Teknik Analisis Data	75
E. Tempat dan Waktu Penelitian	86
BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN.....	88
A. Deskripsi Data.....	88
1. Madrasah Aliyah Swasta Al-Ahliyah Cikampek	88
2. Madrasah Aliyah Swasta Nihayatul Amal Purwasari	91
3. Deskripsi Responden.....	94
B. Pengujian Hipotesis Penelitian.....	94
1. Realitas Strategi Promosi Jasa Pendidikan berbasis <i>Website</i> di MAS Al-Ahliyah Cikampek dan MAS Nihayatul Amal Purwasari	94
2. Realitas Loyalitas Pelanggan di MAS Al-Ahliyah Cikampek dan MAS Nihayatul Amal Purwasari	97
3. Realitas Hubungan Strategi Promosi Jasa Pendidikan berbasis <i>Website</i> dengan Loyalitas Pelanggan di MAS Al-Ahliyah Cikampek dan MAS Nihayatul Amal Purwasari.....	100

C. Pembahasan Hasil Penelitian	104
1. Strategi Promosi Jasa Pendidikan Berbasis <i>Website</i> di MAS Al-Ahliyah Cikampek dan MAS Nihayatul Amal Purwasari	104
2. Loyalitas Pelanggan di MAS Al-Ahliyah Cikampek dan MAS Nihayatul Amal Purwasari.....	106
3. Hubungan Strategi Promosi Jasa Pendidikan Berbasis <i>Website</i> dengan Loyalitas Pelanggan di MAS Al-Ahliyah Cikampek dan MAS Nihayatul Amal Purwasari.....	108
4. Keterbatasan Penelitian	109
BAB V PENUTUP.....	110
A. Simpulan.....	110
B. Saran.....	111
DAFTAR PUSTAKA	113
LAMPIRAN-LAMPIRAN	120
RIWAYAT HIDUP	146

