

## DAFTAR ISI

<b>LEMBAR JUDUL</b> .....	<b>ii</b>
<b>ABSTRAK</b> .....	<b>iii</b>
<b>LEMBAR PERNYATAAN KARYA SENDIRI</b> .....	<b>iv</b>
<b>LEMBAR PENGESAHAN SKRIPSI</b> .....	<b>vi</b>
<b>KATA PENGANTAR</b> .....	<b>vii</b>
<b>UCAPAN TERIMAKASIH</b> .....	<b>ix</b>
<b>DAFTAR ISI</b> .....	<b>xi</b>
<b>DAFTAR TABEL</b> .....	<b>xiv</b>
<b>DAFTAR GAMBAR</b> .....	<b>xv</b>
<b>DAFTAR LAMPIRAN</b> .....	<b>xvi</b>
<b>BAB I PENDAHULUAN</b> .....	<b>1</b>
A. Latar Belakang Penelitian .....	1
B. Rumusan Masalah .....	6
C. Tujuan Penelitian.....	6
D. Manfaat Hasil Penelitian .....	7
E. Kerangka Berpikir .....	7
F. Hipotesis.....	13
G. Hasil Penelitian Terdahulu .....	14
<b>BAB II TINJAUAN PUSTAKA</b> .....	<b>25</b>
<b>A. Strategi <i>Branding Image</i></b> .....	<b>25</b>
1. Konsep Strategi .....	25
2. Konsep <i>Branding Image</i> (Citra Merek) .....	30
3. Faktor-Faktor yang Mempengaruhi <i>Branding Image</i> .....	42

4. Jenis-jenis <i>Branding Image</i> .....	43
5. Indikator <i>Branding Image</i> .....	45
<b>B. Pemasaran Pendidikan .....</b>	<b>46</b>
1. Pengertian Pemasaran Pendidikan .....	46
2. Tujuan dan Fungsi Pemasaran Pendidikan.....	49
3. Indikator Pemasaran Pendidikan .....	52
4. Faktor-Faktor yang Mempengaruhi Pemasaran Pendidikan .....	54
5. Bauran Pemasaran Pendidikan .....	58
<b>C. Daya Saing Madrasah.....</b>	<b>65</b>
1. Pengertian Daya Saing Madrasah .....	65
2. Aspek-Aspek Daya Saing Madrasah.....	65
3. Faktor-Faktor yang Mempengaruhi Daya Saing Madrasah .....	66
4. Indikator Daya Saing Madrasah .....	68
5. Penerapan Strategi Daya Saing Madrasah.....	71
<b>D. Pengaruh Strategi <i>Branding Image</i> Dalam Pemasaran Pendidikan Terhadap Peningkatan Daya Saing Madrasah .....</b>	<b>72</b>
<b>BAB III METODOLOGI PENELITIAN .....</b>	<b>78</b>
A. Pendekatan dan Metode Penelitian .....	78
B. Jenis dan Sumber Data .....	79
C. Teknik Pengumpulan Data .....	82
D. Teknik Analisis Data .....	84
E. Tempat dan Waktu Penelitian .....	93
<b>BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN.....</b>	<b>95</b>
<b>A. Deskripsi Singkat Sekolah.....</b>	<b>95</b>
1. Sejarah Singkat MAN 2 Kota Bandung .....	95

2. Identitas Madrasah .....	96
3. Visi dan Misi MAN 2 Kota Bandung .....	96
4. Daftar Nama Tenaga Pendidikan MAN 2 Kota Bandung .....	97
5. Daftar Nama Tenaga Kependidikan MAN 2 Kota Bandung .....	100
<b>B. Pengujian Hipotesis Penelitian.....</b>	<b>101</b>
1. Hasil Uji Instrumen Penelitian .....	101
2. Analisis Parsial Per-Indikator.....	105
3. Uji Asumsi Klasik .....	114
4. Uji Hipotesis Penelitian.....	116
<b>C. Pembahasan Hasil Penelitian .....</b>	<b>119</b>
1. Strategi <i>Brand Image</i> di MAN 2 Kota Bandung.....	119
2. Pemasaran Pendidikan di MAN 2 Kota Bandung.....	121
3. Daya Saing Madrasah di MAN 2 Kota Bandung.....	123
4. Pengaruh Strategi <i>Brand Image</i> dalam Pemasaran Pendidikan terhadap Daya Saing Madrasah di MAN 2 Kota Bandung .....	125
<b>D. Keterbatasan Hasil Penelitian.....</b>	<b>128</b>
<b>BAB V PENUTUP.....</b>	<b>129</b>
A. Simpulan.....	129
B. Saran.....	130
<b>DAFTAR PUSTAKA .....</b>	<b>132</b>
<b>LAMPIRAN-LAMPIRAN .....</b>	<b>139</b>
<b>RIWAYAT HIDUP .....</b>	<b>158</b>