

DAFTAR ISI

HALAMAN JUDUL	i
ABSTRAK	ii
LEMBAR PERNYATAAN KARYA ILMIAH	iii
LEMBAR PENGESAHAN SKRIPSI	iv
LEMBAR PEDOMAN SKRIPSI	v
KATA PENGANTAR	vi
DAFTAR ISI	iii
DAFTAR TABEL	vi
DAFTAR GAMBAR	vii
DAFTAR LAMPIRAN	viii
BAB I PENDAHULUAN	1
A. Latar Belakang	1
B. Rumusan Masalah	11
C. Tujuan Penelitian	11
D. Manfaat Penelitian	11
E. Kerangka Berfikir	12
F. Hipotesis	17
G. Penelitian Terdahulu	18
BAB II TINJAUAN PUSTAKA	26
A. Media Sosial	26
1. Pengertian Media Sosial	26
2. Fungsi dan Tujuan Media Sosial	27
3. Kategori Media Sosial	28
4. Indikator Media Sosial	31
B. Promosi	33
1. Pengertian Promosi	33
2. Fungsi Promosi	34
3. Tujuan Promosi	35
C. Keputusan Pemilihan	36

1. Pengertian Keputusan	36
2. Indikator Keputusan Pemilihan	37
D. Pengaruh Media Sosial Sebagai Alat Promosi Terhadap Keputusan Santri Dalam Memilih Pondok Pesantren Dalam Kajian Manajemen Pendidikan Islam	40
BAB III METODE PENELITIAN	43
A. Pendekatan dan Metode Penelitian	43
1. Variabel Bebas (<i>Independent Variable</i>)	43
2. Variabel Terikat (<i>Dependent Variable</i>)	43
3. Metode Penelitian	44
B. Jenis dan Sumber Data Penelitian	44
1. Jenis Data	44
2. Sumber Data	44
C. Teknik Pengumpulan Data	47
1. Kuesioner/Angket	47
2. Dokumentasi	49
D. Teknik Analisis Data	49
1. Uji Validitas	49
2. Uji Realibilitas	51
3. Analisis Statistik	53
4. Analisis Asumsi	54
5. Analisis Regresi Linier Sederhana	55
6. Uji Hipotesis	57
7. Koefisien Determinasi	58
E. Tempat dan Waktu Penelitian	59
1. Tempat	59
2. Waktu Penelitian	59
BAB IV HASIL DAN PEMBAHASAN	61
A. Deskripsi Lokasi Penelitian	61
1. Profil Pondok Pesantren Mumtaz Ibadurrahman Kota Tangerang	61
2. Data Santri Pondok Pesantren Mumtaz Ibadurrahman	64

3. Struktur Pengurus Pondok Pesantren Mumtaz Ibadurrahman	68
4. Platfrom Media Pondok Pesantren Mumtaz Ibadurrahman	69
B. Pengujian Hipotesis Penelitian	73
1. Hasil Realistis Variabel X dan Y	73
a. Media Sosial Sebagai Alat Promosi di Pondok Pesantren Mumtaz Ibadurrahman	73
b. Keputusan Santri dalam Memilih Pondok Pesantren Mumtaz Ibadurrahman	77
2. Pengaruh Media Sosial Sebagai Alat Promosi Terhadap Keputusan Santri dalam Memilih Pondok Pesantren Mumtaz Ibadurrahman	82
a. Analisis Asumsi	82
1) Uji Normalitas	82
2) Uji Linieritas	83
b. Uji Hipotesis Penelitian	84
1) Uji Regresi Linier Sederhana	84
2) Uji Hipotesis	85
C. Pembahasan Hasil Penelitian	87
D. Keterbatasan Penelitian	93
BAB V PENUTUP	94
A. Kesimpulan	94
B. Saran	95
DAFTAR PUSTAKA	97
LAMPIRAN	103
RIWAYAT HIDUP	126