

DAFTAR ISI

HALAMAN JUDUL	i
PERSETUJUAN PEMBIMBING	ii
PENGESAHAN	iii
PERNYATAAN KEASLIAN.....	iv
SURAT PERNYATAAN KESEDIAAN PUBLIKASI KARYA ILMIAH	v
MOTTO	vi
PERSEMBAHAN.....	vii
PRAKATA.....	viii
DAFTAR TABEL	x
DAFTAR GAMBAR.....	xii
DAFTAR BAGAN.....	xiii
DAFTAR LAMPIRAN	xiv
PEDOMAN TRANSLITERASI	xv
ABSTRAK	xxi
ABSTRACT.....	xxii
املخص.....	xxv
DAFTAR ISI.....	xxviii
BAB I PENDAHULUAN.....	1
A. Latar Belakang Masalah.....	1
B. Perumusan Masalah.....	8
1. Identifikasi dan Fokus Penelitian	8
2. Rumusan Masalah	9
C. Tujuan Penelitian	10
D. Hipotesis Penelitian	11
E. Kegunaan Penelitian	12
1. Kontribusi Teoritis.....	12
2. Kontribusi Praktis.....	12

F. Penegasan Istilah	13
1. Secara Konseptual	13
2. Secara Operasional	14
BAB II KAJIAN TEORI	15
A. Manajemen Pemasaran Pendidikan	15
1. Konsep Dasar Manajemen Pemasaran Pendidikan	15
2. Strategi <i>Segmenting</i> , <i>Targeting</i> , dan <i>Positioning</i> Jasa Pendidikan.....	28
3. Bauran Pemasaran Jasa Pendidikan	34
B. Minat Masyarakat.....	42
1. Pengertian Minat Masyarakat.....	42
2. Jenis-Jenis Masyarakat.....	44
3. Faktor yang Mempengaruhi Minat.....	45
C. Manajemen Pemasaran Pendidikan dalam Meningkatkan Minat Masyarakat	48
1. Pengelolaan Segmentasi (<i>Segmenting</i>) Pasar dalam Meningkatkan Minat Masyarakat.....	53
2. Pengelolaan Target (<i>Targeting</i>) Pasar dalam Meningkatkan Minat Masyarakat.....	57
3. Pengelolaan Posisi (<i>Positioning</i>) Pasar dalam Meningkatkan Minat Masyarakat.....	60
4. Pengelolaan <i>Segmenting</i> , <i>Targeting</i> , dan <i>Positioning</i> dalam Meningkatkan Minat Masyarakat.....	62
D. Pengaruh Manajemen Pemasaran Pendidikan terhadap Minat Masyarakat	67
1. Pengaruh Segmentasi (<i>Segmenting</i>) Pasar terhadap Meningkatnya Minat Masyarakat.....	67
2. Pengaruh Target (<i>Targeting</i>) Pasar terhadap Meningkatnya Minat Masyarakat.....	69
3. Pengaruh Posisi (<i>Positioning</i>) Pasar terhadap Meningkatnya Minat Masyarakat.....	71
4. Pengaruh <i>Segmenting</i> , <i>Targeting</i> , dan <i>Positioning</i> Pasar	

terhadap Meningkatnya Minat Masyarakat.....	73
G. Alur Berpikir	76
H. Penelitian Terdahulu	78
BAB III METODE PENELITIAN	96
1. Penelitian Tahap I (Kualitatif).....	96
1. Pendekatan dan Jenis Penelitian.....	96
2. Kehadiran Peneliti	98
3. Lokasi Penelitian	99
4. Penentuan Sampel Penelitian	100
5. Teknik Pengumpulan Data	101
6. Teknik Analisis Data	103
7. Pengecekan Keabsahan Data.....	104
2. Penelitian Tahap II (Kuantitatif).....	107
1. Variabel Penelitian.....	107
2. Populasi dan Sampel	108
3. Instrumen Penelitian.....	110
4. Teknik Pengumpulan Data	112
5. Uji Validitas dan Reliabelitas	113
6. Teknik Analisis Data	122
BAB IV PAPARAN DATA.....	132
A. Paparan Data Kualitatif.....	133
1. Pengelolaan Segmentasi Pasar dalam Meningkatkan Minat Masyarakat	133
2. Pengelolaan Target Pasar dalam Meningkatkan Minat Masyarakat	144
3. Pengelolaan Posisi Pasar dalam Meningkatkan Minat Masyarakat	152
B. Temuan Penelitian Kualitatif.....	172
C. Paparan Data Kuantitatif.....	177
1. Deskripsi Data	177
2. Uji Instrumen.....	190

3. Uji Prasyarat.....	195
4. Uji Hipotesis.....	199
D. Temuan Penelitian Kuantitatif.....	204
BAB V PEMBAHASAN	210
A. Pembahasan Penelitian Kualitatif	210
1. Pengelolaan Segmentasi Pasar dalam Meningkatkan Minat Masyarakat di MAN 1 Kota Kediri.....	210
2. Pengelolaan Target Pasar dalam Meningkatkan Minat Masyarakat di MAN 1 Kota Kediri	220
3. Pengelolaan Posisi Pasar dalam Meningkatkan Minat Masyarakat di MAN 1 Kota Kediri	224
B. Pembahasan Penelitian Kuantitatif	241
1. Pengaruh Pengelolaan Segmentasi Pasar dalam Meningkatkan Minat Masyarakat di MAN 1 Kota Kediri	241
2. Pengaruh Pengelolaan Target Pasar dalam Meningkatkan Minat Masyarakat di MAN 1 Kota Kediri	244
3. Pengaruh Pengelolaan Posisi Pasar dalam Meningkatkan Minat Masyarakat di MAN 1 Kota Kediri	246
4. Pengaruh Signifikan Pengelolaan Segmentasi, Target, dan Posisi Pasar dalam Meningkatkan Minat Masyarakat di MAN 1 Kota Kediri.....	249
BAB VI PENUTUP	252
A. Kesimpulan	252
B. Implikasi.....	253
C. Saran.....	256
DAFTAR PUSTAKA.....	258
LAMPIRAN-LAMPIRAN	270