

DAFTAR ISI

Halaman Judul	i
Persetujuan Promotor.....	iii
Pengesahan	v
Pernyataan Keaslian	vi
Moto	vii
Persembahan	viii
Prakata	ix
Pedoman Transliterasi	xi
Abstrak	xiii
Daftar Isi	xix

BAB I PENDAHULUAN

A. Konteks Penelitian	1
B. Fokus dan Pertanyaan Penelitian	10
C. Tujuan Penelitian	10
D. Kegunaan Penelitian	10
E. Penegasan Istilah	12

BAB II KAJIAN PUSTAKA

A. Manajemen Pemasaran Pendidikan	15
1. Konsep Dasar Manajemen Pemasaran Pendidikan	15
2. Bauran Pemasaran Pendidikan	20
3. Segmentasi Pasar Pendidikan	23
4. Pemosisian	27
5. Pendanaan	33
B. Daya Saing Lembaga Pendidikan	42
C. Manajemen Pemasaran Pendidikan dalam Meningkatkan Daya Saing Lembaga	48
D. Penelitian Terdahulu	60
E. Paradigma Penelitian	82

BAB III METODE PENELITIAN

A. Pendekatan dan Jenis Penelitian	87
B. Kehadiran Peneliti	88
C. Lokasi Penelitian	89
D. Sumber Data	90
E. Teknik Pengumpulan Data	90

F. Teknik Analisis Data	92
G. Pengecekan Keabsahan Data	96
BAB IV HASIL PENELITIAN	
A. Paparan Data	103
1. Paparan Data di MAN 2 Kota Malang	103
2. Paparan Data di MAN 2 Kota Kediri	153
3. Analisis Data Lintas Situs	204
B. Temuan Penelitian	208
1. Temuan di situs MAN 2 Kota Malang	208
2. Temuan di situs MAN 2 Kota Kediri.....	211
C. Temuan Akhir Penelitian	213
BAB V PEMBAHASAN	
A. Segmentasi Pasar Pendidikan dalam Meningkatkan Daya Saing Lembaga	215
B. Pemosisian Pemasaran Pendidikan dalam Meningkatkan Daya Saing Lembaga	219
C. Pendanaan Pemasaran Pendidikan dalam Meningkatkan Daya Saing Lembaga	221
D. Produk Pemasaran Pendidikan dalam Meningkatkan Daya Saing Lembaga	223
E. Proposisi Penelitian	224
BAB VI PENUTUP	
A. Kesimpulan	227
B. Implikasi	228
C. Saran	229
DAFTAR RUJUKAN	
BIODATA PENULIS	