

DAFTAR ISI

MANAJEMEN PEMASARAN LEMBAGA PENDIDIKAN MELALUI MEDIA SOSIAL UNTUK MENINGKATKAN MINAT PELANGGAN ..i	
LEMBAR PENGESAHAN ..ii	
PERNYATAAN.....iii	
MOTTOiv	
HALAMAN PERSEMBAHANv	
KATA PENGANTAR..... viii	
ABSTRAK xiii	
ABSTRACTxiv	
مُلَخَّصxv	
DAFTAR ISI.....xvi	
BAB I PENDAHULUAN.....1	
A. Konteks Penelitian.....1	
B. Fokus dan Pertanyaan Penelitian2	
C. Tujuan Penelitian.....3	
D. Kegunaan Penelitian3	
E. Penegasan Istilah4	
BAB II KAJIAN PUSTAKA.....10	
A. Kajian Pustaka10	
1. Manajemen Pemasaran Pendidikan10	
a. Pengertian Manajemen Pemasaran Pendidikan10	
b. Komponen Manajemen Pemasaran18	
2. Media Sosial28	
3. Minat Pelanggan.....31	
B. Penelitian Terdahulu.....32	
C. Kerangka Teoritik Penelitian.....45	
BAB III METODE PENELITIAN58	
A. Rancangan Penelitian58	
B. Kehadiran Peneliti.....59	
C. Lokasi Penelitian60	

D. Sumber Data	60
E. Teknik Pengumpulan Data.....	62
F. Teknik Analisis Data	63
G. Pengecekan Keabsahan Data	65
BAB IV PAPARAN DATA DAN TEMUAN PENELITIAN	72
A. Paparan Data Penelitian Situs I SMKN 2 Boyolangu.....	72
1. Segmenting Pemasaran Melalui Media Sosial Untuk Meningkatkan Minat Pelanggan di SMKN 2 Boyolangu.	72
2. Segmentasi Melalui Media Sosial Untuk Meningkatkan Minat Pelanggan di SMKN 2 Boyolangu.....	83
3. Positioning Melalui Media Sosial Untuk Meningkatkan Minat Pelanggan di SMKN 2 Boyolangu.....	86
B. Paparan Data Penelitian Situs II SMKN 3 Boyolangu	92
1. Segmentasi Melalui Media Sosial Untuk Meningkatkan Minat Pelanggan di SMKN 3 Boyolangu.....	92
2. Targeting Melalui Media Sosial Untuk Meningkatkan Minat Pelanggan di SMKN 3 Boyolangu.....	98
3. Positioning Melalui Media Sosial Untuk Meningkatkan Minat Pelanggan di SMKN 3 Boyolangu.....	101
C. Temuan Penelitian.....	110
1. Temuan Penelitian Situs 1 SMKN 2 Boyolangu	110
2. Temuan Penelitian Situs II SMKN 3 Boyolangu.....	114
D. Analisis Temuan Lintas Situs.....	127
BAB V PEMBAHASAN	133
A. Segmentasi Pasar melalui Media Sosial dalam Meningkatkan Minat Pelanggan.....	133
B. Targeting Pasar melalui Media Sosial dalam meningkatkan Minat Pelanggan	137
C. Positioning Lembaga melalui Media Sosial dalam Meningkatkan Minat Pelanggan.....	140
D. Proposisi Penelitian	142
BAB VI PENUTUP	147
A. Kesimpulan	147
B. Implikasi.....	148

C. Saran.....	154
DAFTAR RUJUKAN.....	158
LAMPIRAN.....	162
INSTRUMEN WAWANCARA PENYUSUNAN TESIS MANAJEMEN PEMASARAN MELALUI MEDIA SOSIAL UNTUK MENINGKATKAN MINAT PELANGGAN	163
DAFTAR RIWAYAT HIDUP	196