

DAFTAR ISI

LEMBAR PERSETUJUAN PEMBIMBING	iii
LEMBAR PENGESAHAN	iv
PERNYATAAN KEASLIAN	v
PERNYATAAN KESEDIAAN PUBLIKASI.....	vi
MOTTO.....	vii
KATA PENGANTAR	viii
PEDOMAN TRANSLITERASI ARAB-LATIN	x
DAFTAR TABEL.....	xiv
DAFTAR GAMBAR	xv
ABSTRAK.....	xvii
ABSTRACT	xx
المخلص.....	xxiii
DAFTAR ISI.....	xxv
BAB I PENDAHULUAN.....	1
A. Konteks Penelitian.....	1
B. Fokus dan Pertanyaan Penelitian	20
C. Tujuan Penelitian.....	20
D. Manfaat Penelitian.....	21
1. Manfaat Teoretis.....	21
2. Manfaat Praktis	21
E. Penegasan Istilah	22
1. Penegasan Konseptual.....	22
2. Penegasan Operasional	31
BAB II KAJIAN PUSTAKA.....	32
A. Teori Strategi Pemasaran.....	32
1. Definisi Strategi Pemasaran	32
2. Pemasaran Jasa Pendidikan	37

3. Strategi Produk.....	44
4. Strategi Harga	60
5. Bukti Fisik (physical evidence).....	64
B. Penerimaan Santri Baru.....	67
1. Hakikat Pondok Pesantren	67
2. Definisi Santri.....	70
3. Kepemimpinan Kiai di Pondok Pesantren	73
4. Kekuasaan Kiai dalam Pesantren.....	76
5. Jejaring Kerjasama Pondok Pesantren	79
6. Model Penanganan santri baru.....	81
C. Penelitian Terdahulu.....	86
D. Paradigma Penelitian	156
BAB III METODE PENELITIAN.....	159
A. Pendekatan dan Rancangan Penelitian	159
B. Kehadiran Peneliti.....	164
C. Lokasi Penelitian.....	167
D. Sumber Data.....	171
E. Teknik Pengumpulan Data.....	173
1. Wawancara Mendalam (<i>In-depth Interview</i>).....	173
2. Observasi Partisipan (<i>Observation Partisipan</i>)	176
3. Dokumentasi (<i>documentation</i>)	178
F. Teknik Analisis Data	181
1. Analisis Data Kasus Individu.....	182
2. Analisis data lintas kasus	185
G. Pengecekan Keabsahan Data	187
1. Kredibilitas.....	188
2. Transferability	192
3. Dependability.....	192
4. Confirmability	192

H. Tahap-tahap Penelitian	193
1. Tahap Pra-Lapangan	193
2. Tahap Pekerjaan Lapangan.	193
3. Tahap Analisis Data	193
BAB IV ANALISIS DATA DAN TEMUAN PENELITIAN.....	195
A. Paparan Data dan Temuan Penelitian.....	195
1. Paparan Data Strategi Produk dalam Peningkatan Penerimaan Santri Baru di Pondok Pesantren Bustanul Muta'alimin Kota Blitar.....	195
2. Strategi Promosi Dalam Peningkatan Penerimaan Santri Baru di Pondok Pesantren Bustanul Muta'alimin Kota Blitar.....	214
3. Strategi Penentuan Harga dalam Peningkatan Penerimaan Santri Baru di Pondok Pesantren Bustanul Muta'alimin.....	232
B. Paparan Data dan Temuan Penelitian di Pondok Pesantren Nurul Ulum Kota Blitar.....	244
1. Strategi produk dalam peningkatan penerimaan santri baru di Pondok Pesantren Nurul Ulum Kota Blitar	244
2. Strategi promosi dalam peningkatan penerimaan santri baru di Pondok Pesantren Nurul Ulum Kota Blitar	259
3. Strategi penentuan harga dalam peningkatan penerimaan santri baru di Pondok Pesantren Nurul Ulum Kota Blitar.....	273
C. Analisis Lintas Kasus.....	288
D. Temuan Penelitian	292
1. Strategi Produk dalam Peningkatan Penerimaan	

Santri Baru di Pondok Pesantren Pondok Bustanul Mu'talimin dan Pondok Pesantren Nurul Ulum Kota Blitar.....	293
2. Analisis Strategi Promosi dalam Peningkatan Penerimaan Santri Baru di Pondok Pesantren Bustanul Mu'talimin dan Pondok Pesantren Nurul Ulum Kota Blitar.....	294
3. Strategi Penentuan Harga dalam Peningkatan Penerimaan Santri Baru di Pondok Pesantren Bustanul Mu'talimin dan Pondok Pesantren Nurul Ulum Kota Blitar.....	295
BAB V PEMBAHASAN TEMUAN PENELITIAN.....	296
A. Analisis Strategi Produk (<i>production</i>) Pondok Pesantren dalam Peningkatan Penerimaan Santri Baru	297
1. Pemetaan peminatan produk.....	297
2. Layanan Pendidikan Formal dan Non Formal.....	300
3. <i>Life Skill</i> dan <i>Entrepreneur</i>	303
4. Praktek Kerja Lapangan (PKL)	306
5. Membangun Kultur Nahdliyin.....	308
6. Ciri Khas Nama Produk.....	312
7. Analisis pesaing produk.....	314
8. Evaluasi produk.....	316
9. Kerjasama <i>Stakeholder</i>	318
10..... Berpedoman Visi Misi Pondok Pesantren	3
B. Analisis Strategi Promosi (<i>promotion</i>) Pondok Pesantren Dalam Peningkatan Penerimaan Santri Baru	323
1. Jaringan Struktural Nahdlatul Ulama.....	323

2. Getok Tular Kiai Kampung	324
3. Jejaring Alumni (Anjangsana Santri)	326
4. Optimalisasi IT (<i>Facebook, TikTok, Instagram, YouTube, Website Pondok</i>).....	327
5. Baliho.....	329
6. Figure Kiai Pesantren.....	330
C. Analisis Strategi Harga (<i>price</i>) Produk Pondok Pesantren dalam Peningkatan Penerimaan Santri Baru	334
1. Penetapan Harga.....	334
2. Strategi Harga <i>Steering</i> (Kompetitif).....	335
3. Strategi Kompetensi Pemimpin Pasar	339
4. Bertahan Produk.....	343
5. Strategi Toleransi Harga.....	345
6. Strategi Subsidi Silang (Beasiswa).....	347
D. Proposisi.....	349
E. Temuan Konseptual.....	353
BAB VI PENUTUP.....	355
A. Kesimpulan.....	355
B. Implikasi Penelitian	356
1. Implikasi Teoritis.....	356
2. Implikasi Praktis (Menguatkan/ Mengembang/ Menemukan Teori/ Teori Baru).....	356
C. Rekomendasi	357
1. Pengasuh/Pengelola.....	357
2. Kementerian Agama	358
3. Peneliti Selanjutnya.....	358
DAFTAR PUSTAKA.....	359
BIODATA PENULIS.....	375