

DAFTAR ISI

HALAMAN SAMPUL	i
HALAMAN JUDUL	ii
PERSETUJUAN PEMBIMBING	iii
LEMBAR PENGESAHAN	iv
PERNYATAAN KEASLIAN	v
SURAT PERNYATAAN KESEDIAAN PUBLIKASI KARYA ILMIAH	vi
MOTTO	vii
PERSEMBAHAN	viii
KATA PENGANTAR	x
DAFTAR ISI	xii
DAFTAR BAGAN	xv
DAFTAR GAMBAR	xvi
DAFTAR LAMPIRAN	xvii
ABSTRAK	xviii
ABSTRACT	xx
ملخص	xxii
 BAB I PENDAHULUAN	 1
A. Konteks Penelitian.....	1
B. Fokus Penelitian	10
C. Tujuan Penelitian.....	10
D. Kegunaan Penelitian.....	11
E. Penegasan Istilah	12
F. Sistematika Pembahasan	16
 BAB II KAJIAN PUSTAKA	 18
A. Deskripsi Teori.....	18
1. Strategi Pemasaran Pendidikan	18

2. Konsep Jasa Pendidikan	26
3. Pemasaran Digital.....	30
4. Minat Calon Santri	34
5. Pondok Pesantren	35
B. Penelitian Terdahulu.....	41
C. Kerangka Berpikir	47
BAB III METODE PENELITIAN	50
A. Pendekatan dan Jenis Penelitian.....	50
B. Kehadiran Peneliti	51
C. Lokasi Penelitian	52
D. Sumber Data	52
E. Teknik Pengumpulan Data	53
F. Analisis Data	55
G. Pengecekan Keabsahan Temuan.....	56
H. Tahap – Tahap Penelitian.....	57
BAB IV HASIL PENELITIAN.....	60
A. Paparan Data.....	60
1. <i>Segmenting</i> pemasaran digital dalam meningkatkan minat calon santri di Pondok Pesantren Terpadu Al Kamal.....	60
2. <i>Targeting</i> pemasaran digital dalam meningkatkan minat calon santri di Pondok Pesantren Terpadu Al Kamal.....	70
3. <i>Positioning</i> pemasaran digital dalam meningkatkan minat calon santri di Pondok Pesantren Terpadu Al Kamal.....	88
B. Temuan Penelitian	99
1. <i>Segmenting</i> pemasaran digital dalam meningkatkan minat calon santri di Pondok Pesantren Terpadu Al Kamal.....	99
2. <i>Targeting</i> pemasaran digital dalam meningkatkan minat calon santri di Pondok Pesantren Terpadu Al Kamal.....	101
3. <i>Positioning</i> pemasaran digital dalam meningkatkan minat calon santri di Pondok Pesantren Terpadu Al Kamal.....	103

BAB V PEMBAHASAN	105
A. Strategi <i>Segmenting</i> pemasaran digital yang diterapkan oleh Pondok Pesantren Terpadu Al Kamal.....	105
B. Strategi <i>Targeting</i> pemasaran digital yang diterapkan oleh Pondok Pesantren Terpadu Al Kamal.....	110
C. Strategi <i>Positioning</i> pemasaran digital yang diterapkan oleh Pondok Pesantren Terpadu Al Kamal.....	115
BAB VI PENUTUP	122
A. Kesimpulan.....	122
B. Saran.....	124
DAFTAR RUJUKAN	125
LAMPIRAN-LAMPIRAN	129

DAFTAR BAGAN

Bagan 2.1 Kerangka Berpikir.....	49
----------------------------------	----

DAFTAR GAMBAR

Gambar 4.1 Brosur PSB.....	64
Gambar 4.2 Kegiatan program unggulan	67
Gambar 4.3 Komentar di media digital.....	69
Gambar 4.4 Rekapitulasi pendaftar tahun 2024 dan 2025	72
Gambar 4.5 <i>Podcast</i> di youtube	75
Gambar 4.6 Brosur PPDB lembaga sekitar.....	75
Gambar 4.7 Akun intagram unit-unit lembaga PPTA	78
Gambar 4.8 Struktur tim AVD	79
Gambar 4.9 Unggahan konten di channel youtube	80
Gambar 4.10 Karya Ilmiah.....	81
Gambar 4.11 PSB online	81
Gambar 4.12 Karya majalah	82
Gambar 4.13 Tim jourtea	82
Gambar 4.14 Akun Instagram firqoh	82
Gambar 4.15 Strategi konten tim AVD	85
Gambar 4.16 Peralatan konten	86
Gambar 4.17 Evaluasi tim Media Al Kamal	86
Gambar 4.18 Konten Kegiatan di PPTA	89
Gambar 4.19 Video profil PPTA	90
Gambar 4.20 Apresiasi prestasi alumni.....	92
Gambar 4.21 Akun resmi media digital PPTA.....	95

DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran 1 Surat Izin Penelitian.....	130
Lampiran 2 Surat Keterangan Sudah Melakukan Penelitian	131
Lampiran 3 Pedoman Penelitian	132
Lampiran 4 Transkrip Wawancara	134
Lampiran 5 Profil Pondok Pesantren	150
Lampiran 6 Dokumentasi	155
Lampiran 7 Bukti Konsultasi Bimbingan	157
Lampiran 8 Bukti Selesai Bimbingan	159
Lampiran 9 Biodata Penulis	160