

DAFTAR ISI

Cover Depan	i
Cover Dalam	ii
Pengesahan	iii
Persetujuan Pembimbing	iv
Pernyataan Keaslian Karya	v
Motto	vi
Persembahan	vii
Prakata	viii
Daftar Tabel	x
Daftar Gambar	xi
Abstrak	xii
Daftar Isi	xiv
BAB I : PENDAHULUAN	1
A. Konteks Penelitian	1
B. Fokus Pertanyaan Penelitian	10
C. Tujuan Penelitian	11
D. Kegunaan Penelitian.....	12
E. Penegasan Istilah.....	14
BAB II : KAJIAN PUSTAKA	16
A. Strategi Keunggulan Bersaing.....	16
1. Mempertahankan Konsumen	17
2. Meningkatkan Loyalitas Konsumen	18
3. Pengembangan Kualitas Teknologi Layanan	19
B. <i>Product Market Fit</i> (PMF).....	20
1. Pengertian Dasar <i>Product</i>	20
2. Pengertian Dasar <i>Marketing</i>	21
3. Pengertian Dasar <i>Product Market Fit</i> (PMF)	22
C. Lembaga Pendidikan Islam	25
1. Perkembangan Lembaga Pendidikan Islam	26
2. Pesantren Sebagai Lembaga Pendidikan Islam	27
3. Unsur Lembaga Pendidikan Pesantren	29
D. Strategi Keunggulan Bersaing dalam Meningkatkan <i>Product Market Fit</i>	32
1. <i>Strategic Marketing</i> Dalam Meningkatkan <i>Product Market Fit</i>	32
2. Menjaga Kualitas Jasa Dalam Meningkatkan <i>Product Market Fit</i>	33
3. Pemasaran Internal, Eksternal dan Interaktif Dalam Meningkatkan <i>Product Market Fit</i>	34

E. Strategi Tindakan Perbaikan Strategi Keunggulan Bersaing dalam Meningkatkan <i>Product Market Fit</i> (PMF)	35
1. Nilai dan Kepuasan Pelanggan	35
2. Menarik dan Mempertahankan Konsumen	36
3. <i>Service Quality</i>	36
F. Penelitian Terdahulu	37
G. Paradigma Penelitian	43
BAB III : METODE PENELITIAN	44
A. Rancangan Penelitian	44
B. Kehadiran Peneliti	47
C. Lokasi Penelitian	47
D. Data dan Sumber Data	48
E. Teknik Pengumpulan Data	51
F. Teknik Analisis Data	55
G. Teknik Keabsahan Data	59
H. Tahap-tahap Penelitian	63
BAB IV : PAPARAN DATA DAN TEMUAN PENELITIAN.....	66
A. Paparan Data dan Temuan Penelitian Situs I	66
1. Strategi Mempertahankan Konsumen Dalam Meningkatkan <i>Product Market Fit</i>	66
2. Strategi Meningkatkan Loyalitas Konsumen Dalam Memperoleh <i>Product Market Fit</i>	77
3. Strategi Pengembangan Kualitas Teknologi Layanan Dalam Meningkatkan <i>Product Market Fit</i>	84
4. Strategi Tindakan Perbaikan Dalam Meningkatkan <i>Product Market Fit</i>	91
B. Paparan Data dan Temuan Penelitian Situs II	95
1. Strategi Mempertahankan Konsumen Dalam Meningkatkan <i>Product Market Fit</i>	96
2. Strategi Meningkatkan Loyalitas Konsumen Dalam Memperoleh <i>Product Market Fit</i>	102
3. Strategi Pengembangan Kualitas Teknologi Layanan Dalam Meningkatkan <i>Product Market Fit</i>	108
4. Strategi Tindakan Perbaikan Dalam Meningkatkan <i>Product Market Fit</i>	112
C. Temuan Penelitian	116
1. Temuan Penelitian Pada Situs I PP. Bumi Damai Al-Muhibbin Tambakberas	117
a. Strategi Mempertahankan Konsumen Dalam Meningkatkan <i>Product Market Fit</i>	117

b. Strategi Meningkatkan Loyalitas Konsumen Dalam Memperoleh <i>Product Market Fit</i>	120
c. Strategi Pengembangan Kualitas Teknologi Layanan Dalam Meningkatkan <i>Product Market Fit</i>	123
d. Strategi Tindakan Perbaikan Dalam Meningkatkan <i>Product Market Fit</i>	125
2. Temuan Penelitian Pada Situs II PP. Induk Tebuireng Jombang .	127
a. Strategi Mempertahankan Konsumen Dalam Meningkatkan <i>Product Market Fit</i>	127
b. Strategi Meningkatkan Loyalitas Konsumen Dalam Memperoleh <i>Product Market Fit</i>	129
c. Strategi Pengembangan Kualitas Teknologi Layanan Dalam Meningkatkan <i>Product Market Fit</i>	132
d. Strategi Tindakan Perbaikan Dalam Meningkatkan <i>Product Market Fit</i>	134
3. Temuan Penelitian Lintas Situs	136
4. Proposisi Penelitian	144
BAB V : ANALISIS DAN PEMBAHASAN	146
A. Strategi Mempertahankan Konsumen Dalam Meningkatkan <i>Product Market Fit</i>	146
B. Strategi Meningkatkan Loyalitas Konsumen Dalam Memperoleh <i>Product Market Fit</i>	152
C. Strategi Pengembangan Kualitas Teknologi Layanan Dalam Meningkatkan <i>Product Market Fit</i>	162
D. Strategi Tindakan Perbaikan Dalam Meningkatkan <i>Product Market Fit</i>	168
BAB VI : PENUTUP	175
A. Kesimpulan	175
B. Implikasi Penelitian	177
1. Implikasi Teoritis	177
2. Implikasi Praktis	178
C. Saran	179
Daftar Rujukan	180