

DAFTAR ISI

HALAMAN SAMPUL DEPAN	I
HALAMAN JUDUL	II
PERSETUJUAN PEMBIMBING	III
PENGESAHAN	IV
PERNYATAAN KEASLIAN TULISAN	V
SURAT PERNYATAAN KESEDIAAN PUBLIKASI KARYA ILMIAH	VI
MOTTO	VII
PERSEMBAHAN	VIII
KATA PENGANTAR.....	X
DAFTAR ISI.....	XII
DAFTAR TABEL	XIV
DAFTAR GAMBAR.....	XV
DAFTAR LAMPIRAN	XVI
ABSTRAK	XVII
ABSTRACT	XVIII
ملخص.....	XIX
BAB I PENDAHULUAN.....	1
A. Konteks Penelitian	1
B. Fokus dan Pertanyaan Penelitian	5
C. Tujuan Penelitian	5
D. Kegunaan Penelitian	6
E. Penegasan Istilah.....	7
F. Sistematika Pembahasan.....	9
BAB II KAJIAN TEORI	11
A. Deskripsi Teori.....	11
1. Manajemen Pemasaran.....	11
2. Pemasaran Digital	16
3. Peserta Didik	23
4. Meningkatkan Jumlah Peserta Didik	27
5. Manajemen Pemasaran Berbasis Digital dalam Meningkatkan Jumlah Peserta Didik.....	32
a. Perencanaan Pemasaran Berbasis Digital dalam Meningkatkan Jumlah Peserta Didik.....	32
b. Pelaksanaan Pemasaran Berbasis Digital dalam Meningkatkan Jumlah Peserta Didik.....	37
c. Evaluasi Pemasaran Berbasis Digital dalam Meningkatkan Jumlah Peserta Didik	42
B. Penelitian Terdahulu	47
C. Kerangka Teoritik Penelitian	63

BAB III METODE PENELITIAN	66
A. Pendekatan dan Jenis Penelitian	66
B. Kehadiran Peneliti.....	67
C. Lokasi Penelitian.....	68
D. Data dan Sumber Data	69
E. Teknik Pengumpulan Data.....	70
F. Teknik Analisis Data	72
G. Pengecekan Keabsahan Data	74
H. Tahap-Tahap Penelitian.....	77
BAB IV HASIL PENELITIAN	80
A. Deskripsi Data.....	80
B. Temuan Penelitian.....	107
BAB V PEMBAHASAN	113
A. Perencanaan Pemasaran Berbasis Digital dalam Meningkatkan Jumlah Peserta Didik di MA Ma'arif Udanawu	113
B. Pelaksanaan Pemasaran Berbasis Digital dalam Meningkatkan Jumlah Peserta Didik di MA Ma'arif Udanawu	118
C. Evaluasi Pemasaran Berbasis Digital dalam Meningkatkan Jumlah Peserta Didik di MA Ma'arif Udanawu	124
BAB VI PENUTUP	130
A. Kesimpulan	130
B. Implikasi Penelitian	132
C. Saran	134
DAFTAR PUSTAKA	136
LAMPIRAN-LAMPIRAN	141