

DAFTAR ISI

Halaman Sampul Depan	i
Halaman Judul	ii
Lembar Persetujuan	iii
Lembar Pengesahan.....	iv
Pernyataan Keaslian	v
Motto	vi
Persembahan	vii
Kata Pengantar.....	ix
Daftar Isi	xi
Daftar Tabel	xiv
Daftar Bagan.....	xv
Daftar Lampiran	xvi
Transliterasi	xvii
Abstrak	xx
<i>Abstract</i>	xxi
المُلخَص.....	xxii
BAB I PENDAHULUAN.....	1
A. Konteks Penelitian	1
B. Fokus dan Pertanyaan Penelitian	11
C. Tujuan Penelitian	12
D. Kegunaan Penelitian	13
E. Penegasan Istilah.....	14
F. Sistematika Penulisan	17
BAB II KAJIAN TEORI.....	21
A. Pengertian Strategi Pemasaran	21
1. Pengertian Strategi.....	21
2. Pengertian Bauran Pemasaran.....	21
B. Minat Peserta Didik	28
1. Pengertian Minat Peserta Didik	28

2. Unsur Unsur Minat	31
3. Faktor faktor yang mempengaruhi minat peserta didik.....	34
C. Upaya Kepala Sekolah dalam Menarik Minat Peserta Didik Melalui Strategi Fungsi Manajemen	40
D. Penelitian terdahulu	45
E. Kerangka Teoritik penelitian.....	53
BAB III METODE PENELITIAN	56
A. Pendekatan dan Jenis Penelitian	56
B. Waktu dan Lokasi Penelitian.....	57
C. Data dan Sumber Data	58
D. Teknik Pengumpulan Data	59
E. Teknik Analisis Data	62
F. Pengecekan Keabsahan Penelitian	68
BAB IV HASIL PENELITIAN	72
A. Deskripsi Data	72
1. Mendefinisikan dan Mengembangkan Produk pendidikan yang unggul untuk menarik minat peserta didik dan orang tua	73
2. Penetapan biaya atau sumbangan pendidikan (<i>price</i>) dapat mempengaruhi persepsi dan keputusan calon peserta didik serta orang tua di MAN 3 Jombang.....	78
3. Saluran distribusi atau lokasi (<i>place</i>) apa saja sekolah mempromosikan dan menyediakan akses terhadap informasi layanan pendidikan di MAN 3 Jombang.....	83
4. Strategi promosi yang digunakan sekolah untuk membangun citra positif dan meningkatkan jumlah pendaftar baru setiap tahun ajaran di MAN 3 Jombang	89
B. Temuan Penelitian	94
C. Analisis Data	100
BAB V PEMBAHASAN	106
1. Mendefinisikan dan Mengembangkan Produk pendidikan yang unggul untuk menarik minat peserta didik dan orang tua	106

2. Penetapan biaya atau sumbangan pendidikan (<i>price</i>) dapat mempengaruhi persepsi dan keputusan calon peserta didik serta orang tua di MAN 3 Jombang.....	110
3. Saluran distribusi atau lokasi (<i>place</i>) apa saja sekolah mempromosikan dan menyediakan akses terhadap informasi layanan pendidikan di MAN 3 Jombang.....	112
4. Strategi promosi yang digunakan sekolah untuk membangun citra positif dan meningkatkan jumlah pendaftar baru setiap tahun ajaran di MAN 3 Jombang	115
BAB VI PENUTUP	119
A. Kesimpulan.....	119
B. Saran	120
DAFTAR PUSTAKA	122
LAMPIRAN	125