

TESIS MAGISTER

AHMAD FATONI

NIM : 212625023

**STRATEGI PEMASARAN JASA PENDIDIKAN
DALAM MENINGKATKAN DAYA SAING
DAN MUTU MADRASAH ALIYAH
DI MENES PANDEGLANG**



**PROGRAM STUDI MANAJEMEN PENDIDIKAN ISLAM
PROGRAM PASCASARJANA
UNIVERSITAS ISLAM NEGERI (UIN)
SULTAN MAULANA HASANUDDIN BANTEN
SERANG 2023 M /1444 H**

ABSTRAK

AHMAD FATONI, NIM: 212625023, Judul Tesis: Strategi Pemasaran Jasa Pendidikan dalam Meningkatkan Daya Saing dan Mutu Madrasah Aliyah di Menes Pandeglang. Program Pascasarjana Manajemen Pendidikan Islam Universitas Islam Negeri Sultan Maulana Hasanuddin Banten Tahun 2023.

Banyaknya lembaga pendidikan di era globalisasi berimplikasi pada persaingan yang kompetitif guna menarik konsumen sehingga bisa terus eksis dan memiliki daya saing. Menes menjadi salah satu jantungnya pendidikan di Kabupaten Pandeglang. Untuk meningkatkan daya saing dan mutu di suatu lembaga pendidikan perlu dilakukan strategi pemasaran yang baik sehingga muncul kepercayaan dari masyarakat.

Tujuan penelitian ini adalah: (1) Mendeskripsikan strategi pemasaran jasa pendidikan madrasah Aliyah di Menes Pandeglang; (2) Mengetahui faktor pendukung dan penghambat strategi pemasaran jasa pendidikan madrasah Aliyah Menes Pandeglang; (3) Mendeskripsikan sejauh mana strategi pemasaran jasa pendidikan sebagai upaya peningkatan daya saing dan mutu madrasah Aliyah di Menes Pandeglang.

Metode pada penelitian ini menggunakan pendekatan kualitatif deskriptif dengan instrumen penelitian: observasi, wawancara, dan dokumentasi. Adapun yang menjadi informan pada penelitian yaitu Kepala Madrasah, Komite Madrasah, Orangtua/Wali Siswa, Siswa, dan Alumni. Teknik analisis data menggunakan analisis data Miles dan Hubberman yang terdiri dari mereduksi data, menyajikan data, serta penarikan kesimpulan.

Kesimpulan yang diperoleh dari penelitian ini adalah: (1) Strategi pemasaran jasa pendidikan di MAS Mathla'ul Anwar, MAS Malnu Pusat, dan MAS Anwarul Hidayah telah menerapkan konsep bauran pemasaran yaitu *product, price, place, promotion, people, proof, dan process*; (2) Faktor pendukung strategi pemasaran jasa pendidikan ketiga madrasah ini lokasi strategis, SDM sesuai kualifikasi, biaya terjangkau, dan pelayanan maksimal. Dan penghambatnya adalah keterbatasannya dana pendidikan madrasah. (3) Strategi pemasaran jasa pendidikan sangat mempengaruhi daya saing dan mutu madrasah di Menes Pandeglang. Sehingga ketiga madrasah ini senantiasa melakukan pemasaran jasa pendidikan dengan meningkatkan kompetensi SDM dan sarana prasarana.

Kata kunci : *Strategi Pemasaran Jasa Pendidikan, Daya Saing, Mutu Madrasah*

ABSTRACT

AHMAD FATONI, NIM: 212625023, *Thesis Title: Marketing Strategy for Educational Services in Improving the Competitiveness and Quality of Madrasah Aliyah in Menes Pandeglang. Postgraduate Program in Management of Islamic Education, State Islamic University of Sultan Maulana Hasanuddin Banten in 2023.*

The number of educational institutions in the era of globalization has implications for competitive competition in order to attract consumers so that they can continue to exist and have competitiveness. Menes is one of the hearts of education in Pandeglang Regency. To improve competitiveness and quality in an educational institution, it is necessary to carry out a good marketing strategy so that public trust arises.

The aims of this research are: (1) to describe the marketing strategy for Madrasah Aliyah education services in Menes Pandeglang; (2) Knowing the supporting and inhibiting factors of the marketing strategy for Madrasah Aliyah Menes Pandeglang education services; (3) Describe the extent of the marketing strategy for educational services as an effort to increase the competitiveness and quality of Madrasa Aliyah in Menes Pandeglang.

The method in this study used a descriptive qualitative approach with research instruments: observation, interviews, and documentation. As for the informants in the study, namely the Head of Madrasah, Madrasah Committee, Parents/Guardians of Students, Students, and Alumni. The data analysis technique uses Miles and Hubberman data analysis which consists of reducing data, presenting data, and drawing conclusions.

The conclusions obtained from this study are: (1) The marketing strategy for educational services at MAS Mathla'ul Anwar, MAS Malnu Pusat, and MAS Anwarul Hidayah has implemented the marketing mix concept, namely product, price, place, promotion, people, proof, and process. ; (2) Factors supporting the education service marketing strategy for these three madrasahs are strategic locations, qualified human resources, affordable costs, and maximum service. And the obstacle is the limited funds for madrasah education. (3) The educational service marketing strategy greatly influences the competitiveness and quality of madrasahs in Menes Pandeglang. So that these three madrasahs always carry out marketing of education services by increasing the competence of human resources and infrastructure.

Keywords: *Educational Services Marketing Strategy, Competitiveness, Madrasah Quality*

خلاصة

AHMAD FATONI، NIM: 212625023 ، عنوان الرسالة: استراتيجية التسويق للخدمات التعليمية في تحسين القدرة التنافسية والجودة لمدرسة عالية في مينا بانديجلانج. برنامج الدراسات العليا في إدارة التربية الإسلامية ، جامعة السلطان مولانا حسن الدين باننتين الإسلامية عام ٢٠٢٣.

عدد المؤسسات التعليمية في عصر العولمة له انعكاسات على المنافسة التنافسية من أجل جذب المستهلكين حتى يتمكنوا من الاستمرار في الوجود والقدرة على المنافسة. مينا هو أحد قلوب التعليم في Pandeglang Regency. لتحسين القدرة التنافسية والجودة في مؤسسة تعليمية ، من الضروري تنفيذ استراتيجية تسويق جيدة حتى تنشأ ثقة الجمهور.

أهداف هذا البحث هي: (١) وصف الإستراتيجية التسويقية لخدمات التعليم في المدرسة العليا في مينيس بانديجلانج. (٢) معرفة العوامل الدائمة والمثبطة لاستراتيجية التسويق للخدمات التعليمية في مدرسة Aliyah Menes Pandeglang ؛ (٣) وصف مدى استراتيجية التسويق للخدمات التعليمية كمحاولة لزيادة القدرة التنافسية والجودة لمدرسة عالية في مينيس بانديجلانج.

استخدمت الطريقة في هذه الدراسة نهجًا وصفيًا نوعيًا مع أدوات البحث: الملاحظة والمقابلات والتوثيق. أما المخبرين في الدراسة وهم رئيس المدرسة ولجنة المدرسة وأولياء الأمور / أولياء أمور الطلاب والطلاب والخريجين. تستخدم تقنية تحليل البيانات تحليل بيانات مايلز وهويرمان والذي يتكون من تقليل البيانات وتقديم البيانات واستخلاص النتائج.

الاستنتاجات التي تم الحصول عليها من هذه الدراسة هي: (١) استراتيجية التسويق للخدمات التعليمية في MAS Mathla'ul Anwar و MAS Malnu Pusat و MAS Anwarul Hidayah نفذت مفهوم المزيج التسويقي ، أي المنتج ، السعر ، المكان ، الترويج ، الناس ، الإثبات والعملية ؛ (٢) العوامل التي تدعم استراتيجية تسويق الخدمات التعليمية لهذه المدارس الثلاث هي المواقع الإستراتيجية ، والموارد البشرية المؤهلة ، والتكاليف المعقولة ، والخدمة القصوى. والعقبة هي محدودية الأموال المخصصة لتعليم المدرسة. (٣) تؤثر استراتيجية تسويق الخدمات التعليمية بشكل كبير على تنافسية وجودة المدارس الدينية في مينا بانديجلانج. حتى تقوم هذه المدارس الثلاث دائمًا بتسويق خدمات التعليم من خلال زيادة كفاءة الموارد البشرية والبنية التحتية.

الكلمات المفتاحية: استراتيجية تسويق الخدمات التعليمية ، التنافسية ، جودة المدرسة

PEDOMAN TRANSLITERASI ARAB-LATIN

Transliterasi yang digunakan dalam penulisan tesis magister di lingkungan Program Pascasarjana UIN SMH Banten mengacu kepada Surat Keputusan Bersama Menteri Agama RI dan Menteri Pendidikan dan Kebudayaan RI Nomor 158/1987 dan 0543 b/U/1987, tanggal 22 Januari 1988, dengan sedikit penyesuaian. Transliterasi huruf-huruf Arab tertentu bisa dibuat dengan menggunakan *Time New Arabic 12*, dengan cara sebagai berikut:

- ā = tekan alt+titik
- Ā = tekan alt+koma
- ī = tekan alt+garis miring kanan
- Ī = tekan alt+kutip satu atas
- ū = tekan alt+titik koma
- Ū = tekan alt+shift+titik dua
- ḥ = tekan alt+sama dengan
- Ḥ = tekan alt+shift+garis bawah
- ṣ = tekan alt+kurung kurawal kanan
- Ṣ = tekan alt+kurung kurawal kiri
- ṣ̣ = tekan alt+angka delapan
- Ṣ̣ = tekan alt+angka tujuh

- ɖ = tekan alt+bintang asterik
 Ɖ = tekan alt+kutip dua atas
 ʈ = tekan alt+garis miring kiri
 ʦ = tekan alt+garis tegak lurus
 ʒ = tekan alt+tanda tanya
 Ž = tekan alt+shift+tambah
 ʐ = tekan alt+angka nol
 Ẑ = tekan alt+angka Sembilan

Konsonan Tunggal

Huruf Arab	Nama	Huruf Latin	Keterangan
ا	Alif	Tidak dilambangkan	Tidak dilambangkan
ب	Ba	B/b	Be
ت	Ta`	T/t	Te
ث	Tsa`	Š/s	Tse (s titik di atas)
ج	Jim	J/j	Je
ح	Ha`	H/h	Ha (h dengan titik di bawah)
خ	Kha`	Kh/kh	Kha (gabungan k dan h)
د	Dal	D/d	De
ذ	Zal`	Ž/z	Zal (z dengan titik di atas)

ر	Ra`	R/r	Er
ز	Zai	Z/z	Zet
س	Sin	S/s	Es
ش	Syin	Sy/sy	Gabungan s dan y
ص	Sad	Ş/ş	Es (dengan titik di bawah)
ض	Dad	Ḍ/ḍ	De (dengan titik di bawah)
ط	Ta`	Ṭ/ṭ	ṭ (dengan titik di bawah)
ظ	Ẓa`	Ẓ/ẓ	ẓ (dengan titik di bawah)
ع	‘ain	‘	Koma terbalik di atas
غ	Gain	Gh	Ge (gabungan g dan h)
ف	Fa`	f	Ef
ق	Qâf	Q	Qi
ك	Kâf	K	Ka
ل	Lam	L	El
م	Mim	M	Em
ن	Nun	N	En
و	Wawu	W	We
ه	Ha`	H	Ha
ء	Hamzah	`	Apostrof
ي	Ya`	Y	Ye

Konson Rangkap karena Syiddah ditulis rangkap

عدة	Ditulis	' <i>Iddah</i>
-----	---------	----------------

Ta` marbutah

1. Bila diamalkan ditulis h.

هبة	Ditulis	<i>Hibah</i>
جزية	Ditulis	<i>Jizyah</i>

(Ketentuan ini tidak diberlakukan terhadap kata-kata Arab yang sudah terserap ke dalam bahasa Indonesia dan menjadi bahasa baku, seperti shalat, zakat dan sebagainya, kecuali bila dikehendaki lafal aslinya).

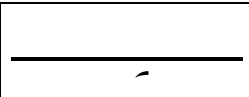

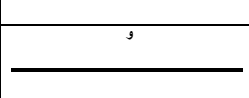
Bila diikuti dengan kata sandang “al” serta bacaan kedua itu terpisah, maka ditulis dengan h.

كرامة الأولياء	Ditulis	<i>Karāmah al-auliyā</i>
----------------	---------	--------------------------

2. Bila ta` marbutah hidup atau dengan *harkat fathah, kasrah* dan *dhammah* ditulis t.

زكاة الفطر	Ditulis	<i>Zakatul fitri</i>
------------	---------	----------------------

Vokal Pendek

	Kasrah	Ditulis	I
	Fathah	Ditulis	A
	Dhammah	Ditulis	U

Vocal Panjang

Fathah + alif	Ditulis	Ā
جاهلية	Ditulis	<i>Jāhiliyyah</i>
Fathah + ya` mati	Ditulis	ā
يسعي	Ditulis	<i>Yas'ā</i>
Kasrah + ya` mati	Ditulis	ī
كريم	Ditulis	<i>Karīm</i>
Dhammah + wawu mati	Ditulis	ū
فروض	Ditulis	<i>Furūdu</i>

Vokal Rangkap

Fathah + ya` mati	Ditulis	Ai
بينكم	Ditulis	<i>Bainakum</i>
Fathah + wawu mati	Ditulis	Au
قول	Ditulis	<i>Qaulun</i>

PERNYATAAN KEASLIAN DAN BEBAS PLAGIARISME

Yang bertandatangan di bawah ini:

Nama : Ahmad Fatoni
NIM : 212625023
Jenjang : Magister
Program Studi : Manajemen Pendidikan Islam

menyatakan bahwa naskah tesis yang berjudul **“STRATEGI PEMASARAN JASA PENDIDIKAN DALAM MENINGKATKAN DAYA SAING DAN MUTU MADRASAH ALIYAH DI MENES PANDEGLANG”** secara keseluruhan adalah hasil penelitian/karya saya sendiri, kecuali pada bagian-bagian yang dirujuk sumbernya sesuai dengan ketentuan yang berlaku.

Apabila di kemudian hari ternyata terbukti secara meyakinkan bahwa sebagian maupun keseluruhan dari tesis ini merupakan hasil plagiat, saya bersedia menerima sanksi dan konsekuensinya sesuai dengan peraturan yang berlaku.

Serang, 10 Juni 2023

Saya yang menyatakan,



Ahmad Fatoni
NIM. 212625023

PENGESAHAN

Tesis berjudul : **STRATEGI PEMASARAN JASA
PENDIDIKAN DALAM MENINGKATKAN
DAYA SAING DAN MUTU MADRASAH
ALYAH DI MENES PANDEGLANG**

Nama : Ahmad Fatoni

NIM : 212625023

Program Studi : Manajemen Pendidikan Islam

Tanggal Ujian : 24 Juni 2023

telah dapat diterima sebagai salah satu syarat memperoleh gelar
Magister Pendidikan.

Serang, 24 Juni 2023
Direktur,



Prof. Dr. H. Ilzamudin, M.A.
NIP. 196108291990031002

PERSETUJUAN TIM PENGUJI UJIAN TESIS




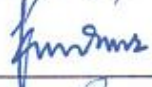


Judul : **STRATEGI PEMASARAN JASA PENDIDIKAN DALAM MENINGKATKAN DAYA SAING DAN MUTU MADRASAH ALIYAH DI MENES PANDEGLANG**

Nama : Ahmad Fatoni

NIM : 212625023

Program Studi : Manajemen Pendidikan Islam

diuji dan dinyatakan lulus pada tanggal: 24 Juni 2023

TIM PENGUJI				
No	Jabatan	Nama	Tanggal	Tanda Tangan
1	Ketua Penguji	Prof. Dr. Ilzamudin, M.A		
2	Sekretaris/Anggota	Dr. Rifyal Ahmad L, M.Pd		
3	Penguji I	Dr. Anis Zohriah, M.M		
4	Penguji II	Dr. Rijal Firdaos, M.Pd.		
5	Pembimbing I	Dr. H. Anis Fauzi, M.Si		
6	Pembimbing II	Dr. Machdum Bachtiar, M.Pd.		

NOTA DINAS PEMBIMBING

Kepada Yth.
Direktur Program Pascasarjana
UIN Sultan Maulana Hasanuddin Banten
di Serang

Assalamu'alaikum wr.wb.

Setelah melakukan bimbingan, arahan, dan koreksi terhadap penulisan tesis yang berjudul : **STRATEGI PEMASARAN JASA PENDIDIKAN DALAM MENINGKATKAN DAYA SAING DAN MUTU MADRASAH ALIYAH DI MENES PANDEGLANG** yang ditulis oleh:

Nama : Ahmad Fatoni
NIM : 212625023
Program : Magister (S2)
Program Studi : Manajemen Pendidikan Islam

Kami telah bersepakat bahwa tesis magister tersebut sudah dapat diajukan kepada Program Pascasarjana UIN Sultan Maulana Hasanuddin Banten untuk diajukan guna mengikuti UJIAN TESIS dalam rangka memperoleh gelar M.Pd. (Magister Pendidikan).

Wassalamu'alaikum wr.wb

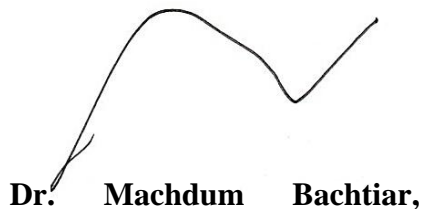
Pembimbing I



**Dr. H. Anis Fauzi, M.Si
M.Pd**

Serang, Juni 2023

Pembimbing II



**Dr. Machdum Bachtiar,
M.Pd**

KATA PENGANTAR

Puji syukur ke hadirat Allah SWT, Tuhan semesta alam yang telah memberikan rahmat dan hidayah-Nya sehingga kita masih dapat menjalani aktivitas kehidupan di dunia. Solawat serta salam tercurah kepada baginda Rasulullah SAW, yang telah membawa ummat manusia dari zaman jahiliyah kepada zaman ilmiah.

Tesis ini berjudul **Strategi Pemasaran Jasa Pendidikan dalam Meningkatkan Daya Saing dan Mutu Madrasah Aliyah di Menes Pandeglang** dapat diselesaikan meskipun banyak hambatan dan tantangan. Namun berkat motivasi, nasihat, bimbingan, dorongan, serta kerjasama yang baik dari berbagai pihak, alhamdulillah pada akhirnya dapat terselesaikan. Oleh karena itu, penulis menyampaikan terima kasih serta penghargaan setinggi-tingginya kepada semua pihak yang telah membantu serta memberikan dukungan baik secara moril maupun materil dalam proses pembuatan tesis ini, yaitu:

1. Bapak Prof. Dr. H. Wawan Wahyuddin, M.Pd., Rektor UIN Sultan Maulana Hasanuddin Banten yang telah memberikan kesempatan kepada penulis untuk bergabung di Program

Pascasarjana UIN Sultan Maulana Hasanuddin Banten sebagai mahasiswa.

2. Bapak Prof. Dr. H. Ilzamudin, M.A., Direktur Pascasarjana UIN Sultan Maulana Hasanuddin Banten yang telah memberikan kesempatan untuk bergabung di Program Pascasarjana sebagai mahasiswa.
3. Bapak Prof. Dr. H. Naf'an Tarihoran, M.Hum., Wakil Direktur Pascasarjana UIN Sultan Maulana Hasanuddin Banten yang telah memberikan kesempatan untuk bergabung dan belajar di Program Pascasarjana sebagai mahasiswa.
4. Bapak Dr. H. Anis Fauzi, M.Si., Ketua Program Studi Manajemen Pendidikan Islam Program Pascasarjana UIN Sultan Maulana Hasanuddin sekaligus Pembimbing I yang sangat membantu dan memberi banyak masukan dalam proses penyelesaian tesis ini.
5. Ibu Dr. Hj. Anis Zohriah, M.M., Sekretaris Program Studi Manajemen Pendidikan Islam sekaligus Penguji I yang telah memberikan bimbingan serta saran-saran dalam penulisan tesis ini.

6. Bapak Dr. Machdum Bachtiar, M.Pd., selaku Pembimbing II yang telah memberikan masukan, arahan, serta motivasi dalam penyusunan tesis ini.
7. Bapak Dr. Rijal Firdaos, M.Pd., selaku Penguji II yang telah memberikan arahan dan masukan dalam penulisan tesis ini.
8. Bapak dan Ibu segenap Dosen Program Pascasarjana UIN Sultan Maulana Hasanuddin Banten, yang telah mengajar dan mendidik selama mengenyam perkuliahan.
9. Orangtua, Istri, Anak, Kakak, Ibu, dan seluruh keluarga besar yang telah memberikan doa, dukungan, serta motivasi baik moril maupun materil dalam menempuh studi.
10. Bapak KH. Aman Syairi AS, S.Ag, M.M., M.Si., selaku Ketua Yayasan Pendidikan Islam Babunnajah dan Bapak Dr. H. Rifyal Ahmad Lugowi, M.Pd., selaku Pembina SMK Babunnajah yang senantiasa memberikan dukungan dan arahan kepada penulis.
11. Bapak Eman Akh. Fatkhurohman, M.Pd.I., selaku Kepala SMK Babunnajah yang senantiasa memberikan motivasi dan arahnya kepada penulis.

12. Rekan-rekan seperjuangan di kelas MPI B yang telah memberikan banyak kenangan, ilmu, pengalaman, bantuan, motivasi, dukungan, dan banyak hal selama perkuliahan dan penyusunan tesis ini.

13. Rekan-rekan SMK Babunnajah dan semua pihak yang telah memberikan motivasi dan bantuannya selama penyusunan tesis ini.

Sekali lagi penulis ucapkan terimakasih atas do'a dan segala kebaikan yang telah diberikan, semoga Allah membalas dengan kebaikan yang lebih baik. Amin.

Penulis menyadari dengan keterbatasan pengalaman, pengetahuan, dan tinjauan pustaka masih ada banyak kekurangan. Untuk itu penulis memohon masukan untuk tesis ini agar dapat memberikan manfaat dalam pengembangan ilmu pengetahuan dalam dunia Pendidikan.

Serang, 10 Juni 2023



Ahmad Fatoni
NIM. 212625023

DAFTAR ISI

HALAMAN JUDUL	i
ABSTRAK.....	ii
ABSTRACT	iii
خلاصة.....	iv
PEDOMAN TRANSLITERASI ARAB-LATIN	v
PERNYATAAN KEASLIAN DAN BEBAS PLAGIARISME	x
PENGESAHAN	xi
PERSETUJUAN TIM PENGUJI UJIAN TESIS	xii
NOTA DINAS PEMBIMBING	xiii
KATA PENGANTAR	xiii
DAFTAR ISI	xviii
DAFTAR TABEL	xx
DAFTAR LAMPIRAN.....	xi
BAB I PENDAHULUAN	1
A. Latar Belakang Masalah.....	1

B. Identifikasi Masalah	14
C. Rumusan Masalah	15
D. Fokus Penelitian	16
E. Tujuan Penelitian	16
F. Kegunaan Penelitian.....	17
G. Penelitian Terdahulu	17
H. Kebaruan Penelitian (<i>Novelty</i>)	24
I. Sistematika Pembahasan	25
BAB II KAJIAN TEORI.....	27
A. Teori Relevan	27
1. Strategi Pemasaran Jasa Pendidikan.....	27
a. Definisi Strategi	27
b. Definisi Pemasaran	30
c. Definisi Jasa Pendidikan.....	33
d. Strategi Pemasaran Jasa Pendidikan	36
e. Bauran Pemasaran Jasa Pendidikan.....	40
2. Daya Saing	45
3. Mutu Madrasah Aliyah.....	54
B. Kerangka Konsep/Kerangka Pikir.....	62

BAB III METODOLOGI PENELITIAN.....	67
A. Pendekatan dan Jenis Penelitian.....	67
B. Tempat dan Waktu Penelitian	69
C. Data dan Sumber Data	72
D. Teknik Pengumpulan Data.....	75
E. Teknik Analisis Data.....	79
1. Reduksi Data (<i>Data Reduction</i>)	80
2. Penyajian Data (<i>Data Display</i>).....	81
3. Penarikan Kesimpulan/Verifikasi (<i>Conclusion</i> <i>Drawing/Verification</i>).....	82
F. Pemeriksaan Keabsahan Data	82
BAB IV HASIL DAN PEMBAHASAN	85
A. Hasil Penelitian	85
1. Strategi pemasaran jasa pendidikan madrasah Aliyah di Menes Pandeglang.....	86
a. MAS Mathla’ul Anwar Pusat Menes.....	86
b. MAS Malnu Pusat Menes	96
c. MAS Anwarul Hidayah	106

2. Faktor pendukung dan penghambat dalam strategi pemasaran jasa pendidikan madrasah Aliyah di Menes Pandeglang	113
a. MAS Mathla’ul Anwar Pusat Menes.....	113
b. MAS Malnu Pusat Menes	116
c. MAS Anwarul Hidayah	117
3. Sejauh Mana Strategi Pemasaran Jasa Pendidikan Meningkatkan Daya Saing dan Mutu Madrasah Aliyah di Menes Pandeglang.....	120
a. MAS Mathla’ul Anwar Pusat Menes.....	120
b. MAS Malnu Pusat Menes	124
c. MAS Anwarul Hidayah	127
B. Pembahasan.....	129
1. Strategi pemasaran jasa pendidikan madrasah Aliyah di Menes Pandeglang.....	129
2. Faktor pendukung dan penghambat dalam strategi pemasaran jasa pendidikan madrasah Aliyah di Menes Pandeglang	131

3. Sejauh Mana Strategi Pemasaran Jasa Pendidikan Meningkatkan Daya Saing dan Mutu Madrasah Aliyah di Menes Pandeglang.....	132
BAB V PENUTUP	135
A. Kesimpulan	135
B. Implikasi.....	138
C. Saran.....	139
DAFTAR PUSTAKA	141
LAMPIRAN-LAMPIRAN	

DAFTAR TABEL

1.1. Daftar Sekolah Menengah Umum di Kecamatan Menes	10
1.2. Daftar Madrasah Aliyah di Kecamatan Menes	11
2.1. Kerangka Konsep / Kerangka Fikir	65
3.1. Waktu Penelitian	72

DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran I : Surat Pengantar Penelitian	148
Lampiran II : Surat Keterangan Penelitian	149
Lampiran III : Pedoman Wawancara	152
Lampiran IV : Lembar Observasi	157
Lampiran V : Daftar <i>Checklist</i> Dokumen	158
Lampiran VI : Format <i>member check</i> Data Penelitian	159
Lampiran VII : Hasil Wawancara	160
Lampiran VIII : Hasil Observasi	173
Lampiran IX : Hasil Studi Dokumentasi	176
Lampiran X : Hasil <i>member check</i> data Penelitian	225
Lampiran XI : Foto Dokumentasi Penelitian	240
Lampiran XII : Biografi	252