

PERNYATAAN KEASLIAN DAN BEBAS PLAGIARISME

Yang bertandatangan di bawah ini:

Nama : Euis Asyiah

NIM : 222625233

Jenjang : Magister

Program Studi : Manajemen Pendidikan Islam

Menyatakan bahwa naskah tesis yang berjudul “**PENGARUH *SERVICE MARKETING TRIANGLE* DAN MANAJEMEN PEMBIAYAAN PENDIDIKAN BERBASIS ZISWAF TERHADAP PROGRAM PENDIDIKAN (Studi Kasus di Masjid Darussalam Kota Wisata Cibubur)**” Secara keseluruhan adalah hasil penelitian/karya saya sendiri, kecuali pada bagian-bagian yang dirujuk sumbernya sesuai dengan ketentuan berlaku.

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

Serang, 4 Juni 2024

Saya yang menyatakan,



Euis Asyiah
NIM. 222625233

PENGESAHAN

Tesis Berjudul : **PENGARUH *SERVICE MARKETING TRIANGLE* DAN MANAJEMEN PEMBIAYAAN PENDIDIKAN BERBASIS ZISWAF TERHADAP PROGRAM PENDIDIKAN (Studi Kasus di Masjid Darussalam Kota Wisata Cibubur – Bogor)**

Nama : EUIS ASYIAH
NIM : 222625233
Program Studi : Manajemen Pendidikan Islam
Tanggal Ujian : 03 Juni 2024

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

Serang, Juni 2024

Direktur



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

PERSETUJUAN TIM PENGUJI TESIS







Judul : **PENGARUH SERVICE MARKETING TRIANGLE DAN MANAJEMEN PEMBIAYAAN PENDIDIKAN BERBASIS ZISWAF TERHADAP PROGRAM PENDIDIKAN (Studi Kasus di Masjid Darussalam Kota Wisata Cibubur – Bogor)**

Nama : EUIS ASYIAH

NIM : 222625233

Program Studi : Manajemen Pendidikan Islam

Diuji dan dinyatakan lulus pada tanggal: 03 Juni 2024

TIM PENGUJI				
No	Jabatan	Nama	Tanggal	Tanda Tangan
1	Ketua Penguji	Dr. H. Agus Gunawan, M.Pd		
2	Sekretaris/Anggota	Dr. Purnama Rika Perdana, M.Hum		
3	Penguji I	Prof. Dr. Ahmad Qurtubi, M.A		
4	Penguji II	Dr. Rijal Firdaos, M.		
5	Pembimbing I	Dr. H. Anis Fauzi, M.SI		
6	Pembimbing II	Dr. Anis Zohriah, M.M		

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: **PENGARUH SERVICE MARKETING TRIANGLE DAN MANAJEMEN PEMBIAYAAN PENDIDIKAN BERBASIS ZISWAF TERHADAP PROGRAM PENDIDIKAN (Studi Kasus di Masjid Darussalam Kota Wisata Cibubur – Bogor)** yang ditulis oleh:

Nama : Euis Asyiah
NIM : 222625233
Program : Magister (S2)
Program Studi : Manajemen Pendidikan Islam

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

Wassalamu 'alaikum wr.wb.

Serang, 25 Mei 2024

Pembimbing I



Dr. H. Anis Fauzi, M.Si

Pembimbing II



Dr. Anis Zohriah, M.M

PEDOMAN TRANSLITERASI DAN PENULISAN ISTILAH

Transliterasi yang digunakan dalam penulisan tesis ini mengacu pada Keputusan Direktur Program Pascasarjana UIN Sultan Maulana Hasanuddin Banten Nomor 749 Tahun 2022 tentang Penetapan Pedoman Thesis Prgram Pascasarjana UIN Sultan Maulana Hasanuddin Banten. Dengan ketentuan sebagai berikut:

Konsonan

No	Ara b	Indonesi a	Arab	Indonesi a
1.	ا		ط	t
2.	ب	B	ظ	z
3.	ت	T	ع	
4.	ث	Th	غ	Gh
5.	ج	J	ف	F
6.	ح	h	ق	Q
7.	خ	Kh	ك	K
8.	د	D	ل	L
9.	ذ	Dh	م	M
10	ر	R	ن	N
.				
11	ز	Z	و	W
.				
12	س	S	ه	H
.			ء	
13	ش	Sh		
.				

14	ص	ṣ	ي	Y
15	ض	ḍ		

Vokal

Vokal Tunggal (monoftong)

Tanda dan Huruf Arab	Nama	Indonesia
□	<i>fathah</i>	A
□	<i>kasrah</i>	I
□	<i>dammah</i>	U

Catatan: Khusus untuk *hamzah*, penggunaan apostrof hanya berlaku jika *hamzah* ber-*ḥarakat* sukun atau didahului oleh huruf yang ber-*ḥarakat* sukun. Contoh: *iqtiḍâ* (اقتضاء)

Vokal Rangkap (diftong)

Tanda dan Huruf Arab	Nama	Indonesia	Keterangan
ي □	<i>fathah</i> dan <i>ya</i>	ay	a dan y
و □	<i>fathah</i> dan <i>wawu</i>	aw	a dan w

Contoh : *alayh* (علية)

: *mawḍû* (موضوع)

Vokal Panjang (mad)

Tanda dan Huruf Arab	Nama	Indonesia	Keterangan
ا □ □ ي □ و	<i>fathah</i> dan <i>alif</i> <i>kasrah</i> dan <i>ya</i> <i>dammah</i> dan <i>wawu</i>	â î û	a dan garis di atas i dan garis di atas u dan garis di atas

Contoh : *al-jamâah* (الجماعة)

: *ghalîzan* (غليظا)

: *yadûru* (يدرو)

Tâ Marbûṭah

Transliterasi untuk tâ marbûṭah ada dua:

- Jika hidup, (menjadi *muḍâf*) transliterasinya adalah *t*.
- Jika mati, atau sukun, transliterasinya adalah *h*.

Contoh : *sharîat al-islâm* (شريعة الاسلام)

: *al-baqarah* (البقرة)

Penulisan Huruf Kapital

Penulisan huruf besar dan kecil pada kata, phrase (ungkapan) atau kalimat yang ditulis dengan transliterasi Arab-Indonesia mengikuti ketentuan penulisan yang berlaku dalam tulisan. Huruf awal (initial letter) untuk nama diri, tempat, judul buku, lembaga dan yang lain ditulis dengan huruf besar.

ABSTRAK

PENGARUH *SERVICE MARKETING TRIANGLE* DAN MANAJEMEN PEMBIAYAAN PENDIDIKAN BERBASIS ZISWAF TERHADAP PROGRAM PENDIDIKAN (STUDI KASUS DI MASJID DARUSSALAM KOTA WISATA CIBUBUR – BOGOR).

Tingginya angka putus sekolah dan keterbatasan akses pendidikan berkualitas menjadi tantangan serius dalam sistem pendidikan di berbagai negara, termasuk Indonesia. Permasalahan utama yang dihadapi adalah keterbatasan sumber daya keuangan, dimana kemiskinan menjadi penghambat bagi masyarakat untuk mengenyam pendidikan ke jenjang yang lebih tinggi. Dalam menghadapi permasalahan tersebut, konsep Zakat, Infak, Sedekah, dan Wakaf (ZISWAF) muncul sebagai sumber pembiayaan potensial untuk membiayai kebutuhan operasional Lembaga Pendidikan secara berkelanjutan. Selain itu, penerapan konsep *Service Marketing Triangle* juga dianggap penting dalam meningkatkan kualitas layanan pendidikan melalui interaksi antara penyelenggara, pengajar dan siswa. Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui dan menganalisis pengaruh *Service Marketing Triangle* dan Manajemen Pembiayaan Pendidikan Berbasis ZISWAF terhadap Program Pendidikan di Masjid Darussalam Kota Wisata Cibubur – Bogor. Metode penelitian yang digunakan yaitu penelitian kuantitatif yang diperdalam dengan *Path Analysis* dan diteliti hubungan antarvariabel. Pengumpulan data dengan pendistribusian angket/kuesioner, wawancara dan studi dokumen. Data yang didapat diolah dengan uji statistic dan instrument penelitian diuji validitas dengan korelasi *Product Moment* dan uji reliabilitas menggunakan rumus *alpha Cronbach*. Uji prasyarat yang digunakan yaitu uji normalitas, uji homogenitas, uji linearitas, uji autokorelasi, uji multikolinieritas dan uji heteroskedastisitas dengan jumlah Populasi sebanyak 157 orang dan penentuan jumlah sampel menggunakan formula *Isaac-Michael* sehingga diperoleh sampel sebanyak 113 orang yang terdiri Pengurus Yayasan, Pendidikan, Tenaga Kependidikan dan Donatur.

Kesimpulan penelitian ini menyatakan bahwa *Service Marketing Triangle* berpengaruh langsung terhadap Program Pendidikan, nilai pengaruhnya sebesar 69,3% kategori moderat, terdapat pengaruh langsung Manajemen Pembiayaan Pendidikan Berbasis ZISWAF terhadap Program Pendidikan sebesar 33,6% kategori lemah, dan terdapat pengaruh *Service Marketing Triangle* dan Manajemen Pembiayaan Pendidikan Berbasis ZISWAF secara simultan terhadap Program Pendidikan dengan total pengaruh sebesar 77,5% kategori kuat.

Kata Kunci: *Service Marketing Triangle*, Manajemen Pembiayaan Pendidikan, Zakat, Infak, Sedekah, Wakaf, Program Pendidikan.

ABSTRACT

INFLUENCE SERVICE MARKETING TRIANGLE AND ZISWAF-BASED EDUCATION FINANCING MANAGEMENT FOR EDUCATIONAL PROGRAMS (CASE STUDY AT THE DARUSSALAM MOSQUE, CIBUBUR TOURISM CITY - BOGOR).

The high dropout rate and limited access to quality education are serious challenges in the education system in various countries, including Indonesia. The main problem faced is limited financial resources, where poverty becomes an obstacle for people to pursue education to a higher level. In facing these problems, Zakat, Infaq, Alms, and Waqf (ZISWAF) emerged as a potential source of financing to finance the operational needs of educational institutions on an ongoing basis. Apart from that, the application of the concept Service Marketing Triangle is also considered important in improving the quality of educational services through interaction between administrators, teachers, and students. This research aims to determine and analyze the influence of the Service Marketing Triangle and ZISWAF-Based Education Financing Management for Education Programs at the Darussalam Mosque, Cibubur Tourism City - Bogor. The research method used is quantitative research which is deepened by path analysis and the relationships between variables are examined. Data collection by distributing questionnaires, interviews, and document study. The data obtained was processed using statistical tests and the research instrument was tested for validity using correlation Product Moment and reliability testing using formula alpha Cronbach. The prerequisite tests used are the normality test, homogeneity test, linearity test, autocorrelation test, multicollinearity test, and heteroscedasticity test with a population of 157 people and determining the number of samples using the formula Isaac-Michael obtained a sample of 113 people consisting of Foundation Management, Education, Education Personnel, and Donors.

The conclusion of this research states that the Service Marketing Triangle directly influences the Education Program, the influence value is 69,3% in the moderate category, and there is a direct influence of ZISWAF-Based Education Financing Management on the Education Program at 33,6% in the weak category. The Service Marketing Triangle and ZISWAF-Based Education Financing Management for Education Programs have a total influence of 77,5% in the strong category.

Keywords: Service Marketing Triangle, Educational Financing Management, Zakat, Infaq, Alms, Waqf, Educational Programs.

خلاصة

التعليمية البرامج على الوقف والصدقات والصرف الزكاة أساس على التعليم تمويل وإدارة الخدمات تسويق مثلت تأثير

(بوجور - السياحية سيبوبور مدينة السلام، دار مسجد في حالة دراسة)

في بما البلدان، مختلف في التعليم نظام في خطيرة تحديات الجيد التعليم إلى الوصول ومحدودية المدارس من التسرب معدل ارتفاع يشكل إلى التعليم مواصلة الناس أمام عائقاً الفقر يصبح حيث المالية، الموارد محدودة هي نواجها التي الرئيسية والمشكلة. إندونيسيا ذلك لتمويل للتمويل محتمل كمصدر برزت والوقف والصدقات والإنفاق الزكاة مفاهيم المشكلات هذه مع التعامل وفي. أعلى مستوى كما الخدمات تسويق المفهوممثلت تطبيق فإن ذلك، عن النظر وبصرف. مستمر بشكل التعليمية للمؤسسات التشغيلية الاحتياجات تحديد إلى البحث هذا ويهدف. والطلاب والمعلمين الإداريين بين التفاعل خلال من التعليمية الخدمات جودة تحسن في مهمًا يعتبر دار بمسجد التعليم برنامج نحو الوقف والصدقات، والإنفاق، القائمة الزكاة، التعليم تمويل وإدارة الخدمات تسويق التأثيرمثلت وتحليل المسار تحليل خلال من تعميقه يتم الذي الكمي البحث هي المستخدمة البحث طريقة. بوجور - السياحية سيبوبور مدينة السلام تمت معالجة البيانات التي. الوثائق ودراسة المقابلات الاستبيانات توزيع طريق عن البيانات جمع. المتغيرات بين العلاقات فحص ويتم تم الحصول عليها باستخدام الاختبارات الإحصائية وتم اختبار صدق أداة البحث باستخدام الارتباط لحظة المنتج واختبار الوثوقية باستخدام الصيغ ألفا كرونباخ. الاختبارات الأساسية المستخدمة هي اختبار الحالة الطبيعية، واختبار التجانس، واختبار الخطية، واختبار الارتباط الذاتي، واختبار الخطية المتعددة، واختبار التغيرات مع عدد سكان يبلغ مائة وسبعة وخمسين شخصاً وتحديد عدد العينات باستخدام الصيغة إسحاق - حصل ما يكل على عينة مكونة من مائة وثلاثة عشر شخصاً يتكونون من إدارة المؤسسة والتعليم والعاملين في

مجال التعليم والجهات المانحة

وخلاصة هذا البحث تنص على ذلك مثلت تسويق الخدمات التأثير المباشر على برنامج التعليم، تبلغ قيمة التأثير تسعة وستين فاصل ثلاثة بالمائة في الفئة المتوسطة، ويوجد تأثير مباشر للزكاة والإنفاق والصدقات وإدارة تمويل التعليم على أساس الوقف على برنامج التعليم بمقدار ثلاثة وثلاثين فاصل ستة المئة في الفئة الضعيفة، وهناك تأثير مثلت تسويق الخدمات وإدارة التمويل التعليمي على أساس الزكاة والإنفاق والصدقات والوقف في

وقت واحد على برامج التعليم بتأثير إجمالي قدره سبعة وسبعون فاصل خمسة في المائة في الفئة القوية

التعليمية البرامج الوقف، الصدقات، الإنفاق، الزكاة، التعليمي، التمويل إدارة الخدمات، تسويق مثلت: **الدالة الكلمات**

PERSEMBAHAN

Tesis ini kupersembahkan untuk Suamiku Tercinta Ahmad Jubaedi, S.H.I, yang selalu mendo'akan, menjadi sumber semangat, dan selalu memberikan dukungan dengan segala cara. Terima kasih telah mendampingiku serta selalu mencurahkan rasa kasih sayangnya hingga saat ini. Juga kupersembahkan untuk shalihah ku Humaira Ayatul Husna, yang menjadi obat ketika penat dengan senyuman termanisnya yang selalu mengatakan "ibuku hebat". Untuk Ibuku tercinta yang selama ini berperan bukan hanya sebagai ibu tapi juga sekaligus sebagai ayah, aku akan bersaksi di hadapan-Nya kelak, bahwa beliau adalah perempuan kuat yang mampu membesarkan anak-anaknya seorang diri. Terimakasih juga untuk sahabatku yang selalu mensupport, menjadi pengingat ketika rasa malas menghampiri, dan menjadi pendengar yang baik untuk setiap keluh kesah. Semoga Allah SWT membalas kebaikan kalian semua.

Aamiin Yaa Rabbal 'aalamiin

MOTTO

نَصَبٍ مِنَ الْمُسْلِمِ يُصِيبُ مَا قَالَ وَسَلَّمَ عَلَيْهِ اللَّهُ صَلَّى النَّبِيُّ عَنْ هُرَيْرَةَ أَبِي عَنْ
بِهَا اللَّهُ كَفَّرَ إِلَّا يُشَاكُهَا الشُّوْكَةَ حَتَّى غَمٌّ وَلَا أَدَى وَلَا حُزْنَ وَلَا هَمٌّ وَلَا وَصَبٍ وَلَا
خَطَايَاهُ مِنْ

Dari Abu Hurairah dari Nabi SAW, beliau bersabda, “Tidaklah seorang muslim yang tertimpa musibah berupa keletihan, penyakit, keresahan, kesedihan, gangguan dan kegundahan bahkan duri yang melukainya sekalipun, melainkan Allah akan hapus kesalahannya.”

(HR. Bukhari No. 5641)

KATA PENGANTAR

Segala puji dan syukur kami panjatkan ke hadirat Allah SWT, karena atas rahmat dan hidayah-Nya. Sholawat dan salam senantiasa selalu tercurah kepada nabi akhir zaman Muhammad SAW. Dengan pertolongan Allah dan usaha yang sungguh-sungguh penulis dapat menyelesaikan tesis yang berjudul **“Pengaruh *Service Marketing Triangle* dan Manajemen Pembiayaan Pendidikan Berbasis ZISWAF terhadap Program Pendidikan (Studi Kasus di Masjid Darussalam Kota Wisata Cibubur – Bogor).**

Pada kesempatan ini penulis ingin mengucapkan terima kasih kepada:

1. Prof. Dr. H. Wawan Wahyuddin, M.Pd, selaku Rektor Universitas Islam Negeri Sultan Maulana Hasanuddin Banten.
2. Prof. Dr. H. Ilzamudin, M.A, selaku Direktur Pascasarjana Universitas Islam Negeri Sultan Maulana Hasanuddin Banten.
3. Dr. H. Anis Fauzi, M.SI selaku Ketua Prodi Program Magister (S2) Manajemen Pendidikan Islam Universitas Islam Negeri Sultan Maulana Hasanuddin Banten sekaligus sebagai Dosen Pembimbing I.

4. Dr. Anis Zohriah, M.M selaku Sekretaris Prodi Prodi Program Magister (S2) Manajemen Pendidikan Islam Universitas Islam Negeri Sultan Maulana Hasanuddin Banten sekaligus sebagai Dosen Pembimbing II.
5. Segenap Dosen Program Studi Manajemen Pendidikan Islam UIN Sultan Maulana Hasanuddin Banten.
6. Bapak Nofil Anoverta sebagai Ketua Yayasan Masjid Darussalam Kota Wisata Cibubur – Bogor beserta jajarannya, dan ustadz/ah yang telah memberikan izin penelitian dan informasi kepada penulis,
7. Kepada semua pihak yang tidak dapat disebutkan satu-persatu yang telah memberikan dukungan serta sehingga penulis dapat menyelesaikan tesis ini.

Penulis menyadari bahwa dalam penyusunan tesis ini tidak luput dari berbagai kekurangan. Penulis mengharapkan saran dan kritik yang membangun guna menyempurnakan segala kekurangan dalam pembuatan tesis ini. Harapan penulis semoga seluruh bantuan dan motivasi yang disumbangkan kepada penulis menjadi amal shaleh serta mendapat balasan yang setimpal dari Allah SWT. Aamiin. Akhir kata, penulis berharap semoga tesis ini bermanfaat bagi penulis khususnya dan bagi para pembaca serta pihak-pihak lain yang berkepentingan pada umumnya.

Serang, Mei 2024

Penulis,

EUIS ASYIAH
NIM. 222625233

DAFTAR ISI

HALAMAN JUDUL	i
PERNYATAAN KEASLIAN DAN BEBAS PLAGIARISME	ii
HALAMAN PENGESAHAN	iii
HALAMAN PERSETUJUAN	iv
NOTA DINAS PEMBIMBING	v
PEDOMAN TRANSLITERASI	vi
ABSTRAK	x
PERSEMBAHAN	xiii
MOTTO	xiv
KATA PENGANTAR	xv
DAFTAR ISI	xviii
DAFTAR TABEL	xxiii
DAFTAR GAMBAR	xxv
DAFTAR LAMPIRAN	xxvi
BAB I PENDAHULUAN	1
A. Latar Belakang.....	1
B. Identifikasi Masalah	11
C. Rumusan Masalah	12
D. Batasan Masalah	12
E. Tujuan Penelitian	13

F. Kegunaan Penelitian	14
G. Penelitian Terdahulu	17
H. Kebaruan (<i>novelty</i>)	28
BAB II KAJIAN TEORI	30
A. Teori Relevan	30
1. Program Pendidikan	30
2. <i>Service Marketing Triangle</i>	35
a. <i>Internal Marketing</i>	45
b. <i>Eksternal Marketing</i>	46
c. <i>Interactive Marketing</i>	47
3. Manajemen Pembiayaan Pendidikan	48
a. Sumber-sumber Pembiayaan Pendidikan	51
b. Tujuan dan Fungsi Manajemen Pembiayaan Pendidikan	54
c. Tahapan Manajemen Pembiayaan Pendidikan	55
4. Manajemen Keuangan Masjid	58
5. ZISWAF sebagai Konfigurasi Filantropi Islam	61
a. Konsepsi Zakat	61
b. Konsepsi Infak	64
c. Konsepsi Sedekah	66
d. Konsepsi Wakaf	69
e. ZISWAF sebagai Sumber Biaya Pendidikan yang Potensial	71
B. Kerangka Berpikir	75
1. Teori <i>Service Marketing Triangle</i>	75
a. <i>Internal Marketing</i>	76
b. <i>Eksternal Marketing</i>	76
c. <i>Interactive Marketing</i>	78
2. Teori Manajemen Pembiayaan Pendidikan berbasis ZISWAF terhadap program Pendidikan	82

3. Teori Program Pendidikan	89
C. Pengajuan Hipotesis	93
D. Hipotesis Statistik	94
BAB III METODOLOGI PENELITIAN	96
A. Pendekatan dan Jenis Penelitian	96
B. Tempat dan Waktu Penelitian	98
C. Populasi dan Sampel	99
D. Teknik Pengumpulan Data	103
E. Instrumen Penelitian	105
1. Variabel <i>Service Marketing Triangle</i> (X_1)	105
2. Variabel Manajemen Pembiayaan Pendidikan berbasis ZISWAF (X_2)	107
3. Variabel Program Pendidikan (Y)	110
F. Teknik Uji Instrumen	112
1. Validitas	112
2. Reliabilitas	114
G. Teknik Analisis Data	115
1. Statistik Deskriptif	115
2. Statistik Inferensial	116
a. Uji Normalitas Data	116
b. Uji Homogenitas	117
c. Uji Linearitas (<i>Deviation</i>)	118
d. Uji Multikolinearitas	119
e. Uji Heteroskedastisitas	120
f. Hipotesis Statistik	121
1) Koefisien Determinasi (R^2)	121
2) Analisis Regresi	121

3) Uji Hipotesis Parsial (uji t)	123
4) Uji Hipotesis Simultan (uji f)	123
 BAB IV HASIL DAN PEMBAHASAN	125
A. Hasil Uji Validitas dan Reliabilitas Instrumen Penelitian	125
1. Hasil Uji Validitas	125
2. Hasil Uji Reliabilitas	130
B. Deskripsi Data	132
1. Data Variabel <i>Service Marketing Triangle</i> (X1)	134
2. Data Variabel Manajemen Pembiayaan Pendidikan Berbasis ZISWAF (X2)	137
3. Data Variabel Program Pendidikan (Y)	140
C. Hasil Pengujian Prasyarat Analisi Data	142
1. Uji Normalitas	142
2. Uji Homogenitas	145
3. Uji Linearitas	146
4. Uji Multikolinearitas	148
5. Uji Autokorelasi	149
6. Uji Heteroskedastisitas	151
D. Pengujian Hipotesis	153
1. Pengaruh <i>Service Marketing Triangle</i> terhadap Program Pendidikan	153
2. Pengaruh Manajemen Pembiayaan Pendidikan Berbasis ZISWAF terhadap Program Pendidikan	157
3. Pengaruh <i>Service Marketing Triangle</i> dan Manajemen Pembiayaan Pendidikan Berbasis ZISWAF terhadap Program Pendidikan	161
E. Pembahasan Hasil Penelitian	166

1. Hasil Penelitian	166
2. Keterbatasan Penelitian	168
BAB V PENUTUP	170
1. Kesimpulan	170
2. Implikasi	171
3. Saran-saran	172
DAFTAR PUSTAKA	175
LAMPIRAN	182
BIOGRAFI	270

DAFTAR TABEL

1.1 Penelitian Terdahulu	25
3.1 Jadwal Kegiatan Penelitian	99
3.2 Populasi dan Sampel Penelitian	102
3.3 Pernyataan Skor	104
3.4 Kisi-kisi Instrumen <i>Service Marketing Triangle</i>	106
3.5 Kisi-kisi Instrumen Manajemen Pembiayaan Pendidikan berbasis ZISWAF	108
3.6 Kisi-kisi Instrumen Program Pendidikan	111
4.1 Hasil Uji Validitas Instrumen Variabel X1	125
4.2 Hasil Uji Validitas Instrumen Variabel X2	127
4.3 Hasil Uji Validitas Instrumen Variabel Y	128
4.4 Hasil Uji Reliabilitas Instrumen	130
4.5 Deskripsi Variabel Penelitian	133
4.6 Distribusi Angket Variabel X1	135
4.7 Distribusi Angket Variabel X2	138
4.8 Distribusi Angket Variabel Y	140
4.9 Uji Normalitas <i>Kolmogorov Smirnov</i>	144
4.10 <i>Test of Homogeneity of Variances</i>	145

4.711 ANOVA Uji Linearitas	147
4.12 Uji Multikolinearitas	148
4.13 Uji Autokorelasi	150
4.14 Uji Heteroskedastisitas	152
4.15 Uji Regresi X_1 terhadap Y	154
4.16 ANOVA ^a Uji Signifikansi <i>Service Marketing Triangle</i> dengan Program Pendidikan	155
4.17 Model <i>Summary</i> Hubungan <i>Service Marketing Triangle</i> dengan Program Pendidikan	156
4.18 Uji Regresi X_2 terhadap Y	158
4.19 ANOVA ^a Uji Signifikansi Manajemen Pembiayaan Pendidikan Berbasis ZISWAF terhadap Program Pendidikan	159
4.20 Model <i>Summary</i> Hubungan Manajemen Pembiayaan Pendidikan Berbasis ZISWAF terhadap Program Pendidikan	160
4.21 Uji Regresi X_1, X_2 terhadap Y	162
4.22 ANOVA ^a Uji Signifikansi <i>Service Marketing Triangle</i> dan Manajemen Pembiayaan Pendidikan Berbasis ZISWAF dengan Program Pendidikan	164
4.23 Model <i>Summary</i> Hubungan <i>Service Marketing Triangle</i> dan Manajemen Pembiayaan Pendidikan Berbasis ZISWAF dengan Program Pendidikan	165
4.24 Rangkuman Hasil Penelitian	166

DAFTAR GAMBAR

Gambar 1 Dimensi Program Pendidikan Model CIPP	33
Gambar 2 <i>Service Marketing Triangle</i>	45
Gambar 3 Perbedaan Zakat, Infak, Sedekah dan Wakaf	72
Gambar 4 Kerangka Pemikiran	94
Gambar 5 Histogram dan Poligon <i>Service Marketing Triangle</i>	136
Gambar 6 Histogram dan Poligon Manajemen Pembiayaan Pendidikan Berbasis ZISWAF	139
Gambar 7 Histogram dan Poligon Program Pendidikan	141
Gambar 8 P-P Plot Uji Normalitas	143

DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran 1 Kisi-kisi Instrumen Penelitian	183
Lampiran 2 Instrumen Penelitian	186
Lampiran 3 Surat Permohonan Responden Uji Validitas dan Reliabilitas ...	197
Lampiran 4 Jawaban Responden Uji Validitas dan Reliabilitas	199
Lampiran 5 Tabel r (Koefisien Korelasi Sederhana)	202
Lampiran 6 Jawaban Responden Penelitian Variabel <i>Service Marketing Triangle</i>	203
Lampiran 7 Jawaban Responden Penelitian Variabel Manajemen Pembiayaan Pendidikan Berbasis ZISWAF	207
Lampiran 8 Jawaban Responden Penelitian Variabel Program Pendidikan	211
Lampiran 9 Data Hasil Pendistribusian Angket	216
Lampiran 10 Tabel Uji t	119
Lampiran 11 Tabel Uji F	121
Lampiran 12 Tabel Distribusi Nilai Durbin-Watson	124
Lampiran 13 Dashboard Keuangan Harian	228
Lampiran 14 Dokumentasi Penelitian	229
Lampiran 15 Dokumen Lainnya	234