

PERNYATAAN KEASLIAN

Yang bertanda tangan dibawah ini:

Nama : Adi Noviardi
NIM : 1540400004
Jenjang : Megister
Program Studi : Menejemen Pendidikan Islam

Menyatakan bahwa naskah tesis megister yang berjudul STRATEGI PEMASARAN JASA PENDIDIKAN DALAM MENINGKATKAN PEMINAT LAYANAN PENDIDIKAN DI YAYASAN PENDIDIKAN ISLAM ANNIZHOMIYYAH JAHA LABUAN KABUPATEN PANDEGLANG ini secara keseluruhan adalah hasil penelitian/karya saya sendiri, kecuali pada bagian-bagian yang dirujuk sumbernya sesuai dengan ketentuan yang berlaku didunia akademik.

Apabila dikemudian hari ternyata terbukti secara menyakinkan bahwa sebagian maupun keseluruhan tesis ini merupakan hasil plagiat, saya bersedia menerima sanksi dan konsekuensinya sesuai dengan peraturan perundang-undanganyang berlaku.

Serang, 22 Nopember 2017
Penulis,

Adi Noviardi
NIM. 1540400004

PENGESAHAN

Tesis berjudul : STRATEGI PEMASARAN JASA PENDIDIKAN DALAM
MENINGKATKAN PEMINAT LAYANAN PENDIDIKAN DI
YAYASAN PENDIDIKAN ISLAM ANNIZHOMIYYAH JAJA
LABUAN KABUPATEN PANDEGLANG-BANTEN

Nama : Adi Noviardi
NIM : 1540400004
Program Studi : Manajemen Pendidikan Islam
Tanggal Ujian : 22 Nopember 2017

Telah dapat diterima sebagai salah satu syarat memperoleh gelar Megister Pendidikan.

Serang, 22 Nopember 2017
Direktur,

Prof. Dr. H. B. Syafuri, M.Hum
NIP. 195908101990031002

PERSETUJUAN TIM PENGUJI UJIAN TESIS MEGISTER

Tesis berjudul : STRATEGI PEMASARAN JASA PENDIDIKAN
DALAM MENINGKATKAN PEMINAT LAYANAN
PENDIDIKAN DI YAYASAN PENDIDIKAN ISLAM
ANNIZHOMIYYAH JAJA LABUAN KABUPATEN
PANDEGLANG

Nama : Adi Noviardi

NIM : 1540400004

Program Studi : Menejemen Pendidikan Islam

Telah disetujui tim penguji ujian munaqosah

Ketua : Dr. Hj. Oom Mukaroma, M.Hum : ()

Sekretaris : Drs. H. Muizzuddin, M.Pd : ()

Penguji I : Dr. H Anis Fauzi, M.Si : ()

Penguji II : Dr. H. Ahmad Hidayat, Lc, M.Ag : ()

Pembimbing I : Dr. Hj. Eneng Muslihah, Ph.D : ()

Pembimbing II : Dr. H. Shobri, S.Kom, M.M : ()

Diuji di Serang pada tanggal 22 Nopember 2017

Waktu : 13:30 – 14:30

Hasil/nilai : 3,53

Predikat : Amat Baik

NOTA DINAS PEMBIMBING

Kepada Yth,
Direktur Program Pascasarjan
UIN Sultan Maulana Hasanuddin Banten
Di Serang

Assalamu 'alaikum wr. wb

Setelah melakukan bimbingan, arahan dan koreksian terhadap penulisan tesis megister yang berjudul:

STRATEGI PEMASARAN JASA PENDIDIKAN DALAM MENINGKATKAN
PEMINAT LAYANAN PENDIDIKAN DI YAYASAN PENDIDIKAN ISLAM
ANNIZHOMIYYAH JAJA LABUAN KABUPATEN PANDEGLANG

Yang ditulis oleh:

Nama : Adi Noviard
NIM : 1540400004
Program : Megister
Program Studi : Menejemen Pendidikan Islam

kami sepakat bahwa tesis megister tersebut sudah dapat diajukan kepada program Pascasarjana UIN Sultan Maulana Hasanuddin Banten untuk diajukan guna mengikuti UJIAN TESIS MEGISTER dalam rangka memperoleh gelar M.Pd (Megister Pendidikan).

Wassalamu 'alaikum wr. wb

Pembimbing II

Serang, 25 Oktober 2017
Pembimbing I

Dr. H. Shobri, S.Kom, M.M
NIP. 197507152000031005

Dr. Hj. Eneng Muslihah, Ph.D
NIP. 196811171991032001

ABSTRAK

Adi Noviardi, NIM: 1540400004. Strategi Pemasaran Jasa Pendidikan Dalam Meningkatkan Peminat Layanan Pendidikan di Yayasan Pendidikan Islam Annizhomiyah Jaha Labuan Kabupaten Pandeglang Banten.

Seiring dengan semakin menjamurnya sekolah berbasis *boarding school* dewasa ini menunjukkan bahwa persaingan antar lembaga semakin kompetitif.

Berdasarkan latar belakang pemikiran diatas, maka penulis merumuskan masalah sebagai berikut: (1) Bagaimana strategi pemasaran jasa pendidikan di Yayasan Pendidikan Islam Annizhomiyah Jaha Labuan Kabupaten Pandeglang dalam meningkatkan peminat layanan pendidikan? (2) Bagaimana implementasi strategi pemasaran jasa pendidikan di Yayasan Pendidikan Islam Annizhomiyah Jaha Labuan Kabupaten Pandeglang? (3) Apa faktor pendukung dan penghambat implementasi strategi pemasaran jasa pendidikan di Yayasan Pendidikan Islam Annizhomiyah Jaha Labuan Kabupaten Pandeglang?

Tujuan Penelitian ini yaitu: (1) Untuk mengetahui bagaimana strategi pemasaran jasa pendidikan di Yayasan Pendidikan Islam Annizhomiyah Jaha Labuan Kabupaten Pandeglang dalam meningkatkan peminat layanan pendidikan. (2) Untuk mengetahui bagaimana implementasi strategi pemasaran jasa pendidikan di YPI Annizhomiyah Jaha Labuan Kabupaten Pandeglang. (3) Untuk mengetahui apa faktor pendukung dan penghambat dalam proses implementasi strategi pemasaran jasa pendidikan di Yayasan Pendidikan Islam Annizhomiyah Jaha Labuan Kabupaten Pandeglang. Manfaat dari penelitian ini diharapkan dapat dijadikan bahan informasi dan evaluasi bagi segenap keluarga besar YPI Annizhomiyah Jaha Labuan agar selalu memperbaiki kualitas layanan pendidikannya demi kemajuan Yayasan Pendidikan Islam.

Penelitian ini merupakan penelitian lapangan (*field research*) yang bersifat kualitatif. Pendekatan yang digunakan adalah pendekatan fenomenologi. Pengumpulan data menggunakan metode observasi, wawancara, dokumentasi, dan triangulasi. Sedangkan analisisnya menggunakan analisis kualitatif (*non statistik*) yang bersifat deskriptif, dan kritis.

Simpulan dari hasil penelitian dalam hal ini peneliti akan mengungkap tentang strategi pemasaran jasa pendidikan untuk meningkatkan peminat layanan pendidikan di YPI Annizhomiyah Jaha Labuan Kabupaten Pandeglang Banten. Hasil penelitian menunjukkan bahwa: Pertama, strategi pemasaran jasa pendidikan yang dilakukan YPI Annizhomiyah Jaha Labuan Kabupaten Pandeglang Banten untuk meningkatkan peminat layanan jasa pendidikan menggunakan dua cara, yaitu: (a) Pemasaran secara langsung, yaitu; Pemanfaatan *Information Technology (IT)*, Media Cetak; Mengirim brosur, (b) Pemasaran secara tidak langsung, yaitu; Optimalisasi kegiatan madrasah di masyarakat; Peran Santri, Orang Tua, dan Alumni. Kedua, implementasi pemasaran di Yayasan Pendidikan Islam Annizhomiyah Jaha Labuan Kabupaten Pandeglang Banten adalah (a) Merumuskan strategi persaingan; yaitu dengan melakukan identifikasi segmentasi pasar, *targetting*, dan juga *positioning*; (b) Membuat taktik pemasaran, yaitu dengan menonjolkan *differensiasi* (keberbedaan positif); menerapkan teori bauran pemasaran dengan cara menawarkan produk-produk berkualitas dari Annizhomiyah, menerapkan harga yang bersaing dengan lembaga lain; (c) Menunjukkan nilai lebih, yaitu dengan menunjukkan *brand* yang dimiliki Annizhomiyah. Ketiga, faktor pendukungnya adalah; Annizhomiyah memiliki tenaga pendidik dibidangnya masing-masing, dan faktor penghambat; belum adanya pihak sekolah yang khusus menangani strategi pemasaran.

Kata kunci: Strategi Pemasaran, Jasa Pendidikan, Layanan Pendidikan.

ABSTRACT

Adi Noviard, SRN: 1540400004. Education Service Marketing Strategy In Improving Education Service Entrepreneurs at Yayasan Pendidikan Islam Annizhomiyah Jaha Labuan Pandeglang Banten District.

Along with the proliferation of schools based on boarding school today shows that competition among institutions is increasingly competitive.

Based on the above background, the authors formulate the following issues: (1) How is the education service marketing strategy in Yayasan Pendidikan Islam Annizhomiyah Jaha Labuan Pandeglang District in increasing the education service enthusiasts? (2) How is the implementation of education service marketing strategy at Yayasan Pendidikan Islam Annizhomiyah Jaha Labuan Pandeglang District? (3) What are the supporting and inhibiting factors for the implementation of educational marketing strategy in Yayasan Pendidikan Islam Annizhomiyah Jaha Labuan Pandeglang District?

The purpose of this study are: (1) To find out how the marketing strategy of education services in Yayasan Pendidikan Islam Annizhomiyah Jaha Labuan Pandeglang District in improving the educational service enthusiasts. (2) To find out how the implementation of education service marketing strategy at Yayasan Pendidikan Islam Annizhomiyah Jaha Labuan Pandeglang District. (3) To know what is the supporting and obstacle factor in the process of implementing education service marketing strategy at Yayasan Pendidikan Islam Annizhomiyah Jaha Labuan Pandeglang Regency. The benefit of this research is expected to be used as information and evaluation material for all big family of Yayasan Pendidikan Islam Annizhomiyah Jaha Labuan to always improve the quality of its education service for the progress of Yayasan Pendidikan Islam.

This research is a field research (field research) that is qualitative. The approach used is phenomenology approach. Data collection using observation method, interview, documentation, and triangulation. While the analysis using qualitative analysis (non statistics) that is descriptive, and critical.

Conclusions from the results of research in this case researchers will reveal about the marketing strategy of education services to increase education service enthusiasts in Yayasan Pendidikan Islam Annizhomiyah Jaha Labuan Pandeglang Banten regency. The result of the research shows that: First, education service marketing strategy conducted by Yayasan Pendidikan Islam Annizhomiyah Jaha Labuan of Pandeglang Banten Regency to increase education service enthusiast in two ways: (a) Direct Marketing, that is; Utilization of Information Technology (IT), Print Media; Sending flyers, (b) Marketing indirectly, ie; Optimizing madrasah activities in the community; The Roles of Students, Parents, and Alumni. Second, the marketing implementation in Yayasan Pendidikan Islam Annizhomiyah Jaha Labuan of Pandeglang Banten Regency is (a) To formulate competition strategy; namely by identifying market segmentation, targetting, and also positioning; (b) Creating a marketing tactic, by highlighting the differentiation (positive difference); applying marketing mix theory by offering quality products from Annizhomiyah, applying prices that compete with other institutions; (c) Show more value by showing the brand owned by Annizhomiyah; provide good service. Third, the supporting factors are; Annizhomiyah is a school that has a clear segment, public confidence is still relatively high, and the inhibiting factors; has no special promotion team, does not have a systematic concept in evaluation as an improvement material in preparing next year's marketing strategy.

Keywords: Marketing Strategy, Educational Services, Educational Services.

الملخص

ادى نوبى ارد البطاقة الشخصية 1540400004. الطريقة التربية على الارتفاح الخدمة التربية فى مؤسسة التربية الاسلامية النظامية جاها لبون فنذغلع بنتن

ولتقدم المدرسة هذه الربولة تدل ان هذا المكان قوي لكن المجتمع لتدريس التلاميذ والتلاميذة فى مؤسسة جاها لبون فنذغلع بنتن ليس متأخر بل البحث من السنة إلى السنة الآتية متقدم.

المبحث الاول: لمعرفة كيف طريقة التربية فى مؤسسة جاها لبون فنذغلع بنتن لارتفاع الميول الخدمة التربية. المبحث الثانى: لمعرفة كيف طريقة التربية فى مؤسسة النظامية جاها لبون فنذغلع بنتن. المبحث الثالث: لمعرفة الاحوال المتقدم والمو تأخر على الطريقة فى مؤسسة النظامية جاها لبون فنذغلع بنتن.

نافع فى هذا البحث ارجوا ان تجعل المادة المعلومات والرجوعة على المجتمع المؤسسة الاسلامية النظامية جاها لبون فنذغلع بنتن عسر ان تحسن الخدمة التربية لتقدم المؤسسة الاسلامية.

هذا البحث فى الملعب ولتقرب المادة والطريقة الريادات والحوار بل البحث يستعمل الخلاصة

وفى هذا الحال يبحث عن الطريقة التربية لارتفاع الخدمة فى مؤسسة الاسلامية النظامية جاها لبون فنذغلع بنتن لارتفاع الخدمة التربية نستعمل على الطريقتين: الطريقة الأولى بالحوار المنافع عن المعلومات والحاسوب تسهيلا لإرسال المادة الطالبة الوالدين والمرحلة ويملك الرأى القوي. الثانى المؤسسة فى معهد التربية الاسلامية جاها لبون فنذغلع بنتن, هي الطريقة فالستبقوا الخيرات والمادة الجيدة ويصنع الطريق الجيد والطريقة المصانع الحسن النظامية والضمن عن التناجح الحسن النظامية هو يملك النظامية واليعطر التلاميذ الجيد. النظامية مدرسة يملك المؤسسة المجتمع على الفرقة المرتفع والمؤتأخر ولا يملك كذلك المصانع وكذلك لايملك طريقة التدريس الجيد على التربية ولا الرجوعة المادة الحسنة على التدوين الطريق السنة الآتية.

مفتاح الكلام : الطريقة التربية الخدمة المؤسسة التربية.

PEDOMAN TRANSLITERASI ARAB LATIN

Transliterasi yang digunakan dalam penulisan tesis megister di lingkungan Program Pascasarjana UIN SMH Banten mengacu pada 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 a dan tekan shift + titik
Ā	= tekan A dan tekan shift + koma
ī	= tekan I dan tekan shift + koma
ū	= tekan u dan tekan shift + koma
Ū	= tekan U dan tekan shift + titik
ḥ	= tekan h dan tekan shift + kurung kurawal kanan
H	= tekan H dan tekan shift + kurung kurawal kiri
ṣ	= tekan s dan tekan shift + kurung kurawal kanan
Ṣ	= tekan S dan tekan shift + kurung kurawal kiri
ṣ̣	= tekan s dan tekan garis miring
Ṣ̣	= tekan S dan tekan shift + garis miring
ḍ	= tekan d dan tekan shift + kurung kurawal kanan
Ḍ	= tekan D dan tekan shift + kurung kurawal kiri
ṭ	= tekan t dan tekan shift + kurung kurawal kanan
Ṭ	= tekan T dan tekan shift + kurung kurawal kiri
ẓ	= tekan z dan tekan garis miring
Ẓ	= tekan Z dan tekan shift + kurung kurawal kiri

Huruf Arab	Nama	Huruf Latin	Keterangan
ا	Alif	Tidak di lambangkan	Tidak di lambangkan
ب	Ba	B / b	Be
ت	Ta'	T / t	Te
ث	Tsa'	S / 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'	Z / 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	Es dan ye
ص	Sad	S / s	Es (dengan titik di bawah)
ض	Dad	D / d	De (dengan titik atau garis di bawah)
ط	Ta'	T / t	T (dengan titik di bawah)
ظ	Za'	Z / z	Z (dengan titik di bawah)
ع	'Ain	'	Koma terbalik diatas
غ	Gain	Gh	Ge (gabungan g dan h)
ف	Fa'	F	Ef
ق	Qaf	Q	Qi
ك	Kaf	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 Syaddah Ditulis Rangkap

عدة	Ditulis	'Iddah
-----	---------	--------

Ta'marbutah

1. Bila Diamalkan Ditulis h

هبة	Ditulis	Hibah
جزية	Ditulis	Jizyah

(keterangan ini tidak diberlakukan terhadap kata-kata Arab yang sudah terserap kedalam 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 ini terpisah, maka ditulis dengan h.

كرامة الاولياء	Ditulis	Karamah al-auliya
----------------	---------	-------------------

2. Bila *ta'* marbutah hidup atau dengan harkat, fathah, kasrah dan dammah ditulis t

زكاة الفطرة	Ditulis	Zak tul fitri
-------------	---------	---------------

Vokal pendek

	Kasrah	Ditulis	I
	Fathah	Ditulis	A
	Dammah	Ditulis	U

Vocal panjang

Fathah + alif	Ditulis	A
جاهلية	Ditulis	Jahiliyah
Fathah + ya' mati	Ditulis	A
يسعى	Ditulis	Yas'a
Kasrah + ya' mati	Ditulis	I
كريم	Ditulis	Karim
Dammah + wawu mati	Ditulis	U
فروض	Ditulis	Furudu

KATA PENGANTAR



Puji syukur alhamdulillah penulis panjatkan kehadiran Allah SWT, atas rahmat dan karunianya sehingga tesis ini terselesaikan dengan baik. Tesis ini secara spesifik berusaha mengungkap masalah strategi pemasaran jasa pendidikan dalam meningkatkan peminat layanan pendidikan.

Dalam kesempatan ini, penulis ingin menyampaikan rasa terima kasih sedalam-dalamnya kepada berbagai pihak yang telah memberikan bantuan berupa arahan dan dorongan selama penulis menempuh studi di Program Pascasarjana UIN Sultan Maulana Hasanuddin Banten. Oleh karena itu, penulis menyampaikan terima kasih dan penghargaan kepada yang terhormat:

1. Rektor UIN Sultan Maulana Hasanuddin Banten Prof. Dr. H. Fauzul Imam, M.A, dan Direktur Program Pascasarjana Prof. Dr. H. B. Syafuri, M.Hum, beserta staff, atas segala kebijaksanaan, perhatian dan dorongan sehingga penulis selesai studi.
2. Ketua Program Studi Menejemen Pendidikan Islam Dr. H. Anis Fauzi, M.Si yang telah banyak membantu, mengarahkan, dan memberikan dorongan sampai tesis ini terwujud.
3. Dosen Pembimbing Ibu Hj. Eneng Muslihah, Ph.D dan Bapak Dr. H. Shobri S.Kom, M.M yang telah memberi arahan guna kesempurnaan penulisan tesis ini.
4. Ayahanda tercinta, yang telah berusaha dan bekerja keras menafkahi keluarga dan memberi semangat dalam menjalaini hidup.

5. Ibunda tercinta, atas setiap do'a dan ridhonya yang mengiringi setiap langkah perjuangan sampai detik ini, sungguh jasamu tidak akan terbalas.
6. Kakak-kakaku tercinta, yang terus memberikan motivasi dan masukan atas terselesainya tesis ini.
7. Istriku tercinta, yang telah memberikan dan mendorong untuk studi ini dan tiada henti memotivasi, mendampingi setiap langkah perjuangan ini.
8. Ibu Imas Masnu'ah, S.Ag, M.Pd sebagai Kepala MI Annizhomiyyah Jaha Labuan dan rekan-rekan guru yang telah memberikan semangat dan dorongannya sehingga terselesainya tesis ini.
9. Rekan-rekan mahasiswa program pascasarjana MPI yang telah bersama-sama menempuh studi ini.
10. Semua pihak yang telah membantu terselesaikan tesis ini baik langsung ataupun tidak langsung yang tidak dapat penulis sebutkan satu persatu.

Semoga amal kebaikan dari berbagai pihak tersebut tercatat sebagai amal jariah dan mendapat pahala yang berlipat ganda dari Allah SWT, dan semoga karya ilmiah ini bermanfaat bagi siapa saja yang membacanya. Amin

Serang, 25 Oktober 2017

Penulis

Adi Noviardi

DAFTAR ISI

HALAMAN PERNYATAAN KEASLIAN	i
HALAMAN PENGESAHAN	ii
HALAMAN PERSETUJUAN	iii
NOTA DINAS PEMBIMBING	iv
ABSTRAK	v
PEDOMAN TRANSLITERASI	viii
KATAPENGANTAR	xi
DAFTAR ISI	xiii
DAFTAR GAMBAR	xvi
LAMPIRAN TABEL	xvii
BAB I PENDAHULUAN	1
A. Latar Belakang Masalah	1
B. Identifikasi Masalah.....	5
C. Batasan Masalah	6
D. Rumusan Masalah	6
E. Tujuan dan Kegunaan Penelitian	7
F. Tinjauan Pustaka	8
G. Kerangka Pemikiran	11
H. Sistematika Pembahasan	12
BAB II LANDASAN TEORETIK	15
A. Strategi Pemasaran	15
1. Hakikat Strategi Pemasaran	15

2. Model-model Strategi Pemasaran	27
3. Macam-macam Strategi Pemasaran	29
B. Jasa Pendidikan	33
1. Hakikat Jasa Pendidikan	33
2. Karakteristik Jasa Pendidikan	41
3. Dimensi-dimensi Jasa Pendidikan	47
4. Produk Jasa Pendidikan	48
5. Bentuk Layanan Pendidikan	50
C. Pelayanan Pendidikan	56
1. Hakikat Layanan Pendidikan	56
2. Konsep Pelayanan Pendidikan	59
3. Standar Pelayanan Minimal	64
4. Peningkatan Standar Mutu	69
5. Ruang Lingkup Pelayanan Pendidikan	73
BAB III METODOLOGI PENELITIAN	79
A. Pendekatan Penelitian	79
B. Tempat dan Waktu Penelitian	79
C. Metode Penelitian	81
D. Sumber Data	81
E. Teknik Pengumpulan Data	82
F. Langkah-langkah Penelitian	86
G. Teknik Analisis Data	87
H. Fokus dan Ruang Lingkup Penelitian	89
BAB IV DESKRIPSI HASIL PENELITIAN	90
A. Hasil Penelitian	90
1. Strategi Pemasaran Jasa Pendidikan dan Peminat Layanan Pendidikan	90
a. Pemasaran Secara Langsung	91
b. Pemasaran Tidak Langsung	95

2. Implementasi Strategi Pemasaran Jasa Pendidikan	99
a. Strategi Persaingan	99
b. Taktik Pemasaran	102
3. Faktor Pendukung dan Penghambat Implementasi Strategi Pemasaran Jasa Pendidikan	110
B. Pembahasan Hasil Penelitian	112
1. Penafsiran Strategi Pemasaran Jasa Pendidikan Secara Langsung dan Tidak Langsung	112
2. Penafsiran Implementasi Strategi Pemasaran Jasa Pendidikan	115
a. Strategi Persaingan	115
b. Taktik Pemasaran	117
3. Penafsiran Faktor Pendukung dan Penghambat Implementasi Strategi Pemasaran Jasa Pendidikan	120
 BAB V PENUTUP	 126
1. Simpulan	126
2. Saran-saran	128

DAFTAR PUSTAKA

LAMPIRAN-LAMPIRAN

DAFTAR GAMBAR

Gambar 2.1	: Konsep Pemasaran	18
Gambar 2.2	: Model Penawaran Jasa Pendidikan	26
Gambar 2.3	: Segitiga Kebutuhan, Keinginan, dan Kepuasan Pelanggan ...	35
Gambar 2.4	: Pemasaran Strategi Jasa Pendidikan	37

LAMPIRAN TABEL

Tabel 3.1	: Data Guru Madrasah Ibtidaiyah Annizhomiyyah
Table 3.2	: Data Guru Madrasah Tsanawiyah Annizhomiyyah
Table 3.3	: Data Guru Madrasah Aliyah Annizhomiyyah
Table 3.4	: Keadaan Siswa YPI Annizhomiyyah Jaha Labuan
Table 3.5	: Jadwal Penelitian