

ABSTRAK

Muhammad Bahruddin, 1910110051, “Strategi *Brand Image* MTs. Qudsiyyah Putri dalam Meningkatkan Daya Saing Lembaga Pendidikan”, Skripsi Program Strata Satu (1) Fakultas Tarbiyah, Program Studi Pendidikan Agama Islam, IAIN Kudus.

Penelitian ini dilatar belakangi oleh banyaknya lembaga pendidikan swasta yang berdiri sehingga menjadikan antara lembaga pendidikan melakukan sebuah persaingan agar mampu mendapatkan kepercayaan dari masyarakat. Dalam melakukan persaingan tersebut munculah sebuah strategi pemasaran yang disebut dengan strategi *brand image*.

Rumusan masalah dalam penelitian ini adalah: (1). Bagaimana strategi *brand image* MTs. Qudsiyyah Putri Kudus dalam meningkatkan daya saing lembaga pendidikan. (2). Apa faktor-faktor yang mendukung *brand image* MTs. Qudsiyyah Putri Kudus dalam meningkatkan daya saing lembaga pendidikan. (3). Bagaimana dampak yang terjadi terhadap MTs. Qudsiyyah Putri Kudus setelah melakukan *brand image*

Adpun tujuan penelitian ini adalah: (1). Untuk mengetahui penerapan strategi *brand image* yang dilakukan oleh Madrasah Tsanawiyah Qudsiyyah Putri Kudus dalam persaingan lembaga pendidikan. (2). Untuk mengetahui faktor-faktor yang mendukung Madrasah Tsanawiyah Qudsiyyah Putri Kudus untuk melakukan *brand image* dalam persaingan lembaga pendidikan. (3). Untuk mengetahui implikasi program *brand image* Madrasah Tsanawiyah Qudsiyyah Putri Kudus.

Penelitian ini menggunakan pendekatan kualitatif, sesuai dengan obyek kajian makna dan jenis penelitian ini adalah penelitian lapangan mengambil lokasi MTs. Qudsiyyah Putri Kudus. Teknik pengumpulan data yang dilakukan adalah menggunakan observasi, wawancara dan dokumentasi. Analisis pada penelitian ini menggunakan pengumpulan data (*data collection*), reduksi data (*data reduction*), penyajian data (*data display*), dan penarikan kesimpulan (*data conclusion*). Objek keabsahan data menggunakan beberapa cara, yaitu pengamatan, triangulasi dan juga menggunakan bahan referensi.

Hasil penelitian menunjukkan bahwa: (1). strategi *brand image* MTs. Qudsiyyah Putri Kudus dalam persaingan lembaga pendidikan, yaitu 1). *Positioning*. 2) *Differentiation*. 3). *Brand Service Procces*. (2). Adapun faktor-faktor yang mendukung dalam pelaksanaan *brand image* di MTs. Qudsiyyah Putri Kudus yaitu, 1). Nama besar Yayasan Pendidikan Islam Qudsiyyah (YAPIQ). 2). Akhlak al karimah santri. 3). Program unggulan madrasah. 4). Kualitas lulusan. 5). Peranan sosial media. (3). Adapun dampak terhadap pelaksanaan strategi *brand image* yang dilakukan oleh MTs. Qudsiyyah Putri Kudus yaitu, 1). kualitas layanan menjadi lebih baik. 2).minat masyarakat meningkat. 3). Siswa memiliki akhlak yang baik. 4). Kepercayaan masyarakat yang tinggi.

Dengan demikian hasil penelitian ini diharapkan dapat bermanfaat untuk MTs. Qudsiyyah Putri dalam menerapkan strtaegi *brand image* dalam persaingan lembaga pendidikan.

Kata Kunci: strategi, *brand image*, persaingan lembaga pendidikan