

DAFTAR ISI

	Hal
HALAMAN JUDUL	i
NOTA PERSETUJUAN PEMBIMBING	ii
LEMBAR PENGESAHAN	iii
PERNYATAAN KEASLIAN TESIS	iv
ABSTRAK	v
ABSTRACT	vi
ABSTRAK ARAB	vii
MOTTO	viii
PERSEMBAHAN	ix
KATA PENGANTAR	x
PEDOMAN TRANSLITERASI ARAB LATIN	xii
DAFTAR ISI	xiv
BAB I PENDAHULUAN	
A. Latar Belakang Masalah	1
B. Fokus Penelitian	7
C. Rumusan Masalah	7
D. Tujuan Penelitian	7
E. Manfaat Penelitian	7
F. Sistematika Penulisan	10
BAB II KAJIAN TEORI	
A. Strategi Marketing Pendidikan	13
1. Pengertian Strategi Marketing	13
2. Kajian Marketing Pendidikan	19
a. Pengertian Marketing Pendidikan	19
b. Produk Marketing Pendidikan	22
c. Unsur-Unsur Marketing Pendidikan	23
B. MUMTAZA (Murid MI Tahfidz Juz `Amma).....	30
1. Pengertian Tahfidz	30
2. Metode Tahfidz	33
C. Kepercayaan Masyarakat terhadap Lembaga Pendidikan sebagai Calon Wali Peserta Didik Baru	36

1. Kepercayaan Masyarakat	36
2. Pentingnya Partisipasi Masyarakat sebagai Calon Wali Peserta Didik Baru	39
D. Penelitian Terdahulu	42
E. Kerangka Berpikir	47
BAB III METODE PENELITIAN	
A. Jenis dan Pendekatan	49
B. Lokasi Penelitian	52
C. Subyek dan Obyek Penelitian	53
D. Sumber Data	53
E. Teknik Pengumpulan Data	54
F. Pengujian Keabsahan Data	59
G. Sampling Informan Data	61
H. Teknik Analisis Data	62
BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN	
A. Gambaran Obyek Penelitian	65
1. Sejarah Singkat Berdirinya MI An-Nashriyah	65
2. Kelembagaan MI An-Nashriyah	68
3. Visi, Misi, Tujuan MI An-Nashriyah	69
B. Temuan Penelitian	72
1. Strategi Marketing Pendidikan Melalui MUMTAZA untuk Meningkatkan Kepercayaan Calon Peserta Didik Baru MI An-Nashriyah	72
a. Kepercayaan Masyarakat di MI An-Nashriyah Lasem Rembang	72
b. Bentuk Kepercayaan Masyarakat di MI An-Nashriyah Lasem Rembang	74
c. Terbentuknya Kepercayaan Masyarakat di MI An-Nashriyah Lasem Rembang	74
2. Implementasi Manajemen Marketing Pendidikan melalui MUMTAZA untuk	

Meningkatkan Kepercayaan Calon Peserta Didik Baru MI An-Nashriyah	76
a. Perencanaan Program Marketing	76
b. Implementasi Program Marketing Pendidikan	78
c. Evaluasi Program Marketing Pendidikan	81
3. Dampak Marketing Pendidikan melalui MUMTAZA terhadap Calon Peserta Didik Baru MI An Nashriyah Rembang	83
C. Pembahasan Hasil Penelitian	86
1. Strategi Marketing Pendidikan Melalui MUMTAZA untuk Meningkatkan Kepercayaan Calon Peserta Didik Baru MI An-Nashriyah	86
2. Implementasi Manajemen Marketing Pendidikan melalui MUMTAZA untuk Meningkatkan Kepercayaan Calon Peserta Didik Baru MI An-Nashriyah	90
a. Perencanaan Program Marketing	91
b. Implementasi Program Marketing Pendidikan	95
c. Evaluasi Program Marketing Pendidikan	98
3. Dampak Marketing Pendidikan melalui MUMTAZA terhadap Calon Peserta Didik Baru MI An Nashriyah Rembang.....	99
BAB V PENUTUP	
A. Simpulan	105
B. Saran	106
DAFTAR PUSTAKA	
LAMPIRAN-LAMPIRAN	