DAFTAR ISI

HALAMAN JUDUL ..... **i**

PERNYATAAN ..... **ii**

PENGESAHAN TIM PENGUJI ..... **iii**

HALAMAN PERSEMBAHAN ..... **iv**

MOTTO ..... **v**

KATA PENGANTAR ..... **vi**

ABSTRAK ..... **viii**

DAFTAR ISI ..... **ix**

DAFTAR TABEL ..... **xi**

DAFTAR LAMPIRAN ..... **xiii**

BAB I: PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang 1
1.2 Rumusan Masalah 10
1.3 Tujuan Penelitian 10
1.4 Manfaat Penelitian 11
1.5 Batasan Masalah 12
1.6 Definisi Konseptual 12
1.7 Penelitian Terdahulu 13
1.8 Sistematika Pembahasan 14

BAB II: TINJAUAN PUSTAKA

A. Pengertian Strategi Marketing 17
   1. Marketing Mix dalam pemasaran jasa 20
B. Minat Orang tua 23
   a. Pembuatan Keputusan 24
   b. Perilaku Konsumen 32
   c. Proses Pengambilan Keputusan Konsumen 44

BAB III: METODE PENELITIAN

A. Metode Penelitian 50
   1. Pendekatan dan Jenis Penelitian 50
   2. Lokasi Penelitian 55
   3. Informasi Penelitian 55
   4. Data dan Sumber Data 55
   5. Desain Penelitian 59
   6. tehnik Pengumpulan Data 60
   7. Metode Pengumpulan Data 63
   8. Tehnik Analisis Data 65

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

9. Pengecekan Keabsahan Data……...68

BAB IV: PENYAJIAN DATA DAN ANALISA

A. Profil Madrasah 70
1. Perkembanga MA Unggulan PP Amanatul Ummah Surabaya 70
2. Kurikulum 71
3. Identitas Madrasah……..72
4. Rekapitulasi Siswa……..73
B. Penyajian Data dan Analisis Data 74
1. Dokumentasi 74
2. Wawancara 77
3. Analisis Data 80

BAB V: PENUTUP

A. Kesimpulan 83
B. Saran 84

DAFTAR PUSTAKA 85

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id