

**STRATEGI PENGEMBANGAN *BRAND IMAGE PESANTREN* MELALUI  
DAUROH TAHFIDZUL QUR'AN DI PONDOK PESANTREN KARANGASEM  
PACIRAN – LAMONGAN**

**SKRIPSI**

*Oleh :*  
**KHABIBUL CHOIR AL GHIFARI**  
**06040320084**



**UIN SUNAN AMPEL  
S U R A B A Y A**

**Dosen Pembimbing I**  
**Dr. Lilik Huriyah, M.Pd.I**  
**NIP.198002102011012005**  
**Dosen Pembimbing II**  
**Ahmad Fauzi M.Pd**  
**NIP.197905262014111001**

**PROGRAM STUDI MANAJEMEN PENDIDIKAN ISLAM  
JURUSAN PENDIDIKAN ISLAM  
FAKULTAS TARBIYAH DAN KEGURUAN  
UNIVERSITAS ISLAM NEGERI SUNAN AMPEL SURABAYA  
2024**

## PERNYATAAN KEASLIAN SKRIPSI

Yang bertanda tangan di bawah ini:

NAMA : KHABIBUL CHOIR AL GHIFARI

NIM :06020320045

JUDUL : STRATEGI PENGEMBANGAN *BRAND IMAGE PESANTREN*  
MELALUI DAUROH TAHFIDZUL QUR'AN DI PONDOK  
PESANTREN KARANGASEM - PACIRAN

Dengan ini menyatakan bahwa skripsi ini secara keseluruhan adalah hasil penelitian atau karya sendiri, kecuali pada bagian-bagian yang telah dirujuk pada sumbernya.

Surabaya, 20 Juni 2024



**Khabibul choir al Ghifari**  
06040320084

**HALAMAN PERSETUJUAN PEMBIMBING**

Skripsi oleh :

NAMA : KHABIBUL CHOIR AL GHIFARI

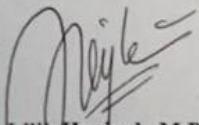
NIM :06020320045

JUDUL : STRATEGI PENGEMBANGAN BRAND IMAGE PESANTREN  
MELALUI DAUROH TAHFIDZUL QUR'AN DI PONDOK  
PESANTREN KARANGASEM - PACIRAN

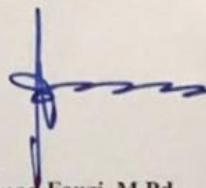
Telah diperiksa dan disetujui untuk diujikan ke Sidang Skripsi.

Surabaya, 20 Juni 2024

**Pembimbing I**

  
**Dr. Lilik Huriyah, M.Pd.I**  
NIP.198002102011012005

**Pembimbing II**

  
**Ahmad Fauzi, M.Pd.**  
NIP.197905262014111001

**PENGESAHAN TIM PENGUJI SKRIPSI**  
Skripsi oleh Khabibul Choir Al Ghifari ini telah dipertahankan di  
depan Tim Penguji Skripsi Fakultas Tarbiyah dan Keguruan  
Universitas Islam Negeri Sunan Ampel Surabaya

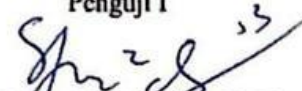
Surabaya, 28 Juni 2024

Mengesahkan,  
Dekan

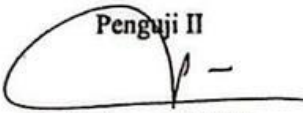


Prof. Dr. Muhammad Thobir, S.Ag., M.Pd.  
NIP. 197407251998031001


Penguji I

  
Dr. Sahudi, S.Pd., M.H.I., M.Pd.  
NIP. 197704122009121001

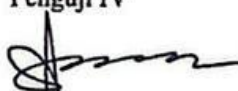
Penguji II

  
Dr. Sulanam, M.Pd.  
NIP. 197911302014111003

Penguji III

  
Dr. Lilla Huseinah, M.Pd.I.  
NIP. 198002102011012005

Penguji IV

  
Ahmad Fauzi, M.Pd.  
NIP. 197905262014111001



UIN SUNAN AMPEL  
S U R A B A Y A

KEMENTERIAN AGAMA REPUBLIK INDONESIA  
UNIVERSITAS ISLAM NEGERI SUNAN AMPEL SURABAYA  
PERPUSTAKAAN

Jl. Jend. A. Yani 117 Surabaya 60237 Telp. 031-8431972 Fax. 031-841330  
E-mail: [perpus@uinsby.ac.id](mailto:perpus@uinsby.ac.id)

**LEMBAR PERNYATAAN PERSETUJUAN PUBLIKASI KARYA ILMIAH UNTUK  
KEPENTINGAN AKADEMIK**

Sebagai civitas akademika UIN Sunan Ampel Surabaya, yang bertanda tangan di bawah ini, saya:

Nama : Khabibul Choir Al Ghifari  
NIM : 06040320084  
Alamat : Jl Desa Paji, RT 02 / RW 06, Desa Paji – Pucuk - Lamongan  
Fakultas / Prodi : Fakultas Tarbiyah dan Keguruan / Manajemen Pendidikan Islam  
E-mail Address : [khabibul01@gmail.com](mailto:khabibul01@gmail.com)

Demi pengembangan ilmu pengetahuan, menyetujui untuk memberikan kepada Perpustakaan UIN Sunan Ampel Surabaya, Hak Bebas Royalti Non-Eksklusif atas karya ilmiah:

Skripsi     Tesis     Desertasi     Lain-Lain  
(.....)

Yang berjudul:

“ Strategi Pengembangan *Brand Image Pesantren* melalui Dauroh Tahfidzul Qur’an di Pondok Pesantren Karangasem – Paciran ”

Beserta perangkat yang diperlukan (bila ada). Dengan Hak Bebas Royalti Non-Eksklusif ini Perpustakaan UIN Sunan Ampel Surabaya berhak menyimpan, mengalih-media / format-kan, mengelolanya dalam bentuk pangkalan data (database), mendistribusikannya dan menampilkan/mempublikasikannya di internet atau media lain secara *full text* untuk kepentingan akademis tanpa perlu meminta ijin dari saya selama tetap mencatumkan nama saya sebagai penulis/pencipta dan penerbit yang bersangkutan.

Saya bersedia menanggung secara pribadi, tanpa melibatkan pihak Perpustakaan UIN Sunan Ampel Surabaya, segala bentuk tuntutan hukum yang timbul atas pelanggaran Hak Cipta dalam karya ilmiah saya ini.

Demikian pernyataan ini yang saya buat dengan sebenarnya.

Surabaya, 28 Juni 2024  
Penulis,

Khabibul Choir Al Ghifari  
NIM : 06040320084

## ABSTRAK

**Khabibul Choir Al Ghifari (06040320084). Strategi Pengembangan *Brand Image* Pesantren melalui Dauroh Tahfidzul Qur'an di Pondok Pesantren Karangasem – Paciran. Dosen Pembimbing I, Dr. Lilik Huriyah, M.Pd.I. dan Dosen Pembimbing II, Ahmad Fauzi, M.Pd.**

Penelitian ini bertujuan untuk menjawab fokus penelitian tentang Strategi Pengembangan *Brand Image* Pesantren melalui Dauroh Tahfidzul Qur'an; dan Faktor pendukung dan faktor penghambat dalam Strategi Pengembangan *Brand Image* Pesantren melalui Dauroh Tahfidzul Qur'an. Penelitian ini menggunakan metode penelitian kualitatif dengan pendekatan deskriptif. Adapun informan penelitian terdiri dari Direktur Dauroh Tahfidzul Qur'an, Kepala Madrasah Tsanawiyah Karangasem, Ustadz Pengasuh Dauroh Tahfidzul Qur'an, Santri alumni Dauroh Tahfidzul Qur'an. Data penelitian diperoleh melalui observasi, wawancara, dan dokumentasi. Dalam menguji keabsahan data penelitian menggunakan teknik keabsahan data *credibility*, *transferability*, *Dependability*, dan *confirmability*. Hasil penelitian menunjukkan bahwa Strategi Pengembangan *Brand Image* Pesantren melalui Dauroh Tahfidzul Quran di Pondok Pesantren Karangasem telah dilaksanakan dengan baik karena manajemen pengelolaan yang dilakukan dengan menjaga koordinasi dan komunikasi serta evaluasi di Pondok Pesantren Karangasem - Paciran. Bentuk Strategi Pengembangan *Brand Image* Pesantren dengan cara promosi secara *online* dan *offline* serta menyelenggarakan Program Unggulan Pesantren lainnya. Alasan Pondok Pesantren Karangasem menjadikan Dauroh Tahfidzul Qur'an sebagai Strategi Pengembangan Brand Image Pesantren adalah adanya keinginan kuat dari pendiri Pondok Karangasem dulu yang menginginkan Santri – santrinya untuk menjadi penghafal Al – Qur'an. Faktor pendukung yakni : a) kualitas dan kuantitas SDM yang baik, b) relasi kerjasama tingkat Nasional maupun Internasional, c) sarana Pendidikan yang memadai, d) manajemen pengelolaan yang baik, e) kualitas program yang positif. Sedangkan untuk faktor penghambatnya yakni : a) perbedaan pandangan disetiap orang, b) perbedaan cara kelola disetiap Madrasah, c) perbedaan background dari santri dan orang tuanya, d) perbedaan kemampuan diri dari setiap peserta Dauroh, e) dan persaingan daya saing Lembaga yang semakin kuat.

**Kata Kunci : *Brand Image Pesantren, Dauroh Tahfidzul Qur'an***

## DAFTAR ISI

<b>PERNYATAAN KEASLIAN SKRIPSI</b> .....	iii
<b>HALAMAN PERSETUJUAN PEMBIMBING</b> .....	iv
<b>HALAMAN PENGESAHAN</b> .....	v
<b>PERSETUJUAN PUBLIKASI</b> .....	vi
<b>KATA PENGANTAR</b> .....	vii
<b>MOTTO</b> .....	x
<b>ABSTRAK</b> .....	xi
<b>DAFTAR ISI</b> .....	xii
<b>DAFTAR TABEL</b> .....	xiv
<b>DAFTAR GAMBAR</b> .....	xv
<b>BAB I PENDAHULUAN</b> .....	1
<b>A. Latar Belakang Penelitian</b> .....	1
<b>B. Fokus Penelitian</b> .....	7
<b>C. Tujuan Penelitian</b> .....	8
<b>D. Manfaat Penelitian</b> .....	8
<b>E. Definisi Konseptual</b> .....	9
<b>F. Keaslian Penelitian</b> .....	14
<b>G. Sistematika Penulisan</b> .....	20
<b>BAB II KAJIAN PUSTAKA</b> .....	22
<b>A. Brand Image Pesantren</b> .....	22
<b>B. Dauroh Tahfidzul Qur'an</b> .....	31
<b>C. Strategi pengembangan Brand Image Pesantren melalui dauroh Tahfidzul Qur'an</b> .....	36
<b>BAB III METODE PENELITIAN</b> .....	42
<b>A. Jenis Penelitian</b> .....	42
<b>B. Lokasi Penelitian</b> .....	43
<b>C. Sumber Data dan Informan Penelitian</b> .....	43
<b>D. Metode Pengumpulan Data</b> .....	44
<b>E. Teknik Analisis dan Interpretasi Data</b> .....	48
<b>F. Keabsahan Data</b> .....	50
<b>G. Pedoman Penelitian</b> .....	52
<b>BAB IV HASIL DAN PEMBAHASAN</b> .....	55
<b>A. Gambaran Umum Objek Penelitian</b> .....	55
<b>1. Profil Pondok Pesantren Karangasem – Pacira</b> .....	55

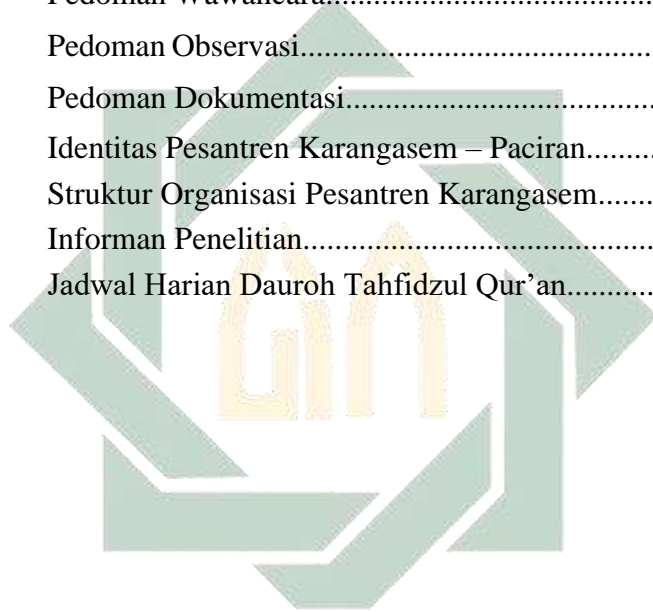
2.	Letak Geografis.....	57
3.	Visi dan Misi Pondok Pesantren Karangasem – Paciran.....	58
4.	Struktur Organisasi Yayasan Pondok Pesantren Karangasem – Paciran.....	58
5.	Deskripsi Informan.....	59
6.	Deskripsi Dauroh Tahfidzul Qur'an Pondok Pesantren Karangasem.....	61
B.	Temuan Penelitian.....	64
1.	Strategi Pengembangan Brand Image Pesantren melalui Dauroh Tahfidzul Qur'an di Pondok Pesantren Karangasem – Paciran.....	64
2.	Faktor Pendukung dan Faktor Penghambat Strategi Pengembangan Brand Image Pesantren melalui Dauroh Tahfidzul Qur'an di Pondok Pesantren Karangasem – Paciran.....	77
C.	Analisis Hasil Penelitian.....	84
1.	Strategi Pengembangan Brand Image Pesantren melalui Dauroh Tahfidzul Qur'an di Pondok Pesantren Karangasem – Paciran.....	85
2.	Faktor Pendukung dan Faktor Penghambat Strategi Pengembangan Brand Image Pesantren melalui Dauroh Tahfidzul Qur'an di Pondok Pesantren Karangasem – Paciran.....	90
<b>BAB V PENUTUP.....</b>		<b>95</b>
A.	Kesimpulan.....	95
B.	Saran .....	96
<b>DAFTAR PUSTAKA.....</b>		<b>98</b>

UIN SUNAN AMPEL  
S U R A B A Y A



## DAFTAR TABEL

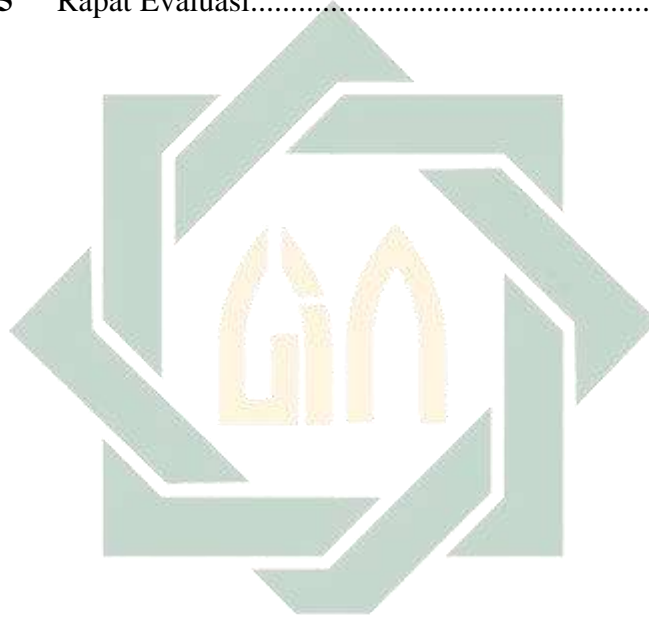
<b>Tabel 3.1</b>	Informan Penelitian.....	44
<b>Tabel 3.2</b>	Indikator Kebutuhan Data Observasi.....	45
<b>Tabel 3.3</b>	Indikator Kebutuhan Data Wawancara.....	45
<b>Tabel 3.4</b>	Indikator Kebutuhan Data Dokumentasi.....	47
<b>Tabel 3.5</b>	Pengkodean Data Penelitian.....	49
<b>Tabel 3.6</b>	Pedoman Wawancara.....	52
<b>Tabel 3.7</b>	Pedoman Observasi.....	53
<b>Tabel 3.8</b>	Pedoman Dokumentasi.....	54
<b>Tabel 4.1</b>	Identitas Pesantren Karangasem – Paciran.....	55
<b>Tabel 4.2</b>	Struktur Organisasi Pesantren Karangasem.....	59
<b>Tabel 4.3</b>	Informan Penelitian.....	59
<b>Tabel 4.4</b>	Jadwal Harian Dauroh Tahfidzul Qur’an.....	63



UIN SUNAN AMPEL  
S U R A B A Y A

## DAFTAR GAMBAR

<b>Gambar 4.1</b>	Buku pedoman Dauroh Tahfidzul Qur'an.....	66
<b>Gambar 4.2</b>	Pembukaan Dauroh Bahasa Arab.....	67
<b>Gambar 4.3</b>	Kerjasama dengan Universitas Darussalam Gontor.....	70
<b>Gambar 4.4</b>	Brosur Penerimaan Santri Baru.....	71
<b>Gambar 4.5</b>	Rapat Evaluasi.....	81



UIN SUNAN AMPEL  
S U R A B A Y A

## DAFTAR PUSTAKA

- Abdurrahman, Mufti Labib. "Model Penyelenggaraan Daurah Tahfidzul Qur'an Dalam Peningkatan Perolehan Santri Di Pondok Pesantren Karangasem Paciran Lamongan." *Staika* 5, no. 2 (2022): 25–35.
- Abrori, Maskub. "Strategi Pemasaran Lembaga Pendidikan Untuk Meningkatkan Jumlah Peserta Didik Di PG/TK Samarinda." *Syamil* 3, no. 2 (2015).
- Abuddin, Nata. "Manajemen Pendidikan: Mengatasi Kelemahan Pendidikan Islam Di Indonesia." *Jakarta: Kencana.*, 2003.
- Aditya Halim Perdana Kusuma. *Brand Management: Esensi, Posisi Dan Strategi*. Yayasan Kita Menulis, 2020.
- Alma, Buchari. "Pemasaran Stratejik Jasa Pendidikan," 2019.
- Amiruddin, H, and A Samsu. "Manajemen Pemasaran Jasa Lembaga Pendidikan Islam." *Yogyakarta: K-Media*, 2021.
- Anang Firmansyah. *Pemasaran Produk Dan Merek: Planning Dan Strategi*. CV. Penerbit Qiara Media, 2019.
- Anshari, Zakariyal. "Anda Pun Bisa Hafal 30 Juz Al-Qur" An." *Pustaka Imam Asy-Syafi'i*, 2017.
- Anwar, Rosihan. "Ulumul Qur'an Edisi Revisi," 2018.
- Arifudin, Opan, Ifah Khadijah, Rahman Tanjung, Ita Musfirowati Hanika, Acai Sudirman, Rayinda Eva Rahmah, Hastuti Marlina, Arafat Alhally, Ida Nurmayanti, and Lisa Indarsih Palindih. *Manajemen Pemasaran Pendidikan*. Bandung: CV Widina Media Utama, 2020.
- Arwildayanto. *Manajemen Daya Saing Perguruan Tinggi*. Bandung: CV Cendikia Press, 2020.
- Athar, Dawud al -. *Perspektif Baru Ilmu Al - Qur'an Terj. Dari Mujaz'ulum Qur'an Oleh Afif*

- Muhammad, Ahsin Muhammad. Bandung: Pustaka Hidayah, 1994.
- Bahrudin, A H. *Al-Qur'an Dan Cara Menghafalnya*. Purbalingga: Eureka Media Aksara, 2022.
- Bisri, Hasan, and Muhammad Bagus Abdillah. "Pengelolaan Model Pembinaan Tahfiz Alquran." *Tadbir Muwahhid* 2, no. 1 (2018): 60–72.
- Cutlip, Scott M, Allen H Center, and Glen M Broom. *Effective Public Relations Merancang Dan Melaksanakan Kegiatan Kehumasan Dengan Sukses*. Jakarta: PT Indeks Kelompok Gramedia, 2005.
- Fahrurrozi. "Strategi Pemasaran Jasa Dalam Meningkatkan Citra Lembaga Pendidikan Islam." *Jurnal Pemikiran, Riset, Dan Pengembangan Pendidikan Islam* 7 (2012): 35.
- Faris Ma'nani, Bambang Hiswoyo, Haris Abdul Hakim. *Sekolah Karang Seteduh Pohon Asem*. Lamongan: KarangaseMedia, 2012.
- Fiantika, Feny, Mohammad Wasil, S R I Jumiyati, Leli Honesti, S R I Wahyuni, Erland Mouw, Imam Mashudi, Nur Hasanah, Anita Maharani, and Kusmayra Ambarwati. *Metodologi Penelitian Kualitatif. Metodologi Penelitian Kualitatif*. Padang: PT. Global Eksekutif Teknologi, 2022.
- Firmansyah, M Anang. *Pemasaran Produk Dan Merek: Planning & Strategy*. Penerbit Qiara Media, 2023.
- Ghoutsani, Yahya bin Abdurrazaq Al -. *Hafal Alquran Mutqin Dalam 55 Hari Metode NLP (Neuro Linguistik Progamming)*. Surakarta: Qur'ani Press, 2017.
- Hafidz, Ahsin W Al, and K H Muntaha Al Hafidz. *Bimbingan Praktis Menghafal Al-Qur'an*. Bumi Aksara, 1994.
- Hasan, Muhammad, Tuti Khairani Harahap, Syahrial Hasibuan, Iesyah Rodliyah, Sitti

- Zuhaerah Thalbah, Cecep Ucu Rakhman, Paskalina Widiastuti Ratnaningsih, Andi Aris Mattunruang, Dumaris E Silalahi, and Sitti Hajerah Hasyim. "Metode Penelitian Kualitatif." *Penerbit Tahta Media*, 2023.
- Hasanah, Dian Uswatun, Ahmad Alfi, and Imam Mujahid. "Implementasi Strategi Pemasaran Lembaga Pendidikan Pondok Pesantren Al Muayyad Surakarta." *Improvement: Jurnal Ilmiah Untuk Peningkatan Mutu Manajemen Pendidikan* 8, no. 2 (2021): 72–81.
- Herdiansyah, Haris. "Metodologi Penelitian Kualitatif Untuk Ilmu-Ilmu Sosial." Salemba Humanika, 2010.
- Junaris, Imam, and Nik Haryanti. "Manajemen Pemasaran Pendidikan," 2022.
- Kamus Besar Bahasa Indonesia*. 2016th ed. Jakarta: badan pengembangan dan pembinaan bahasa, Kemendikbud Ristek RI, 2016.
- Kartajaya, Hermawan. *Hermawan Kartajaya on Brand*. Jakarta: PT Mizan Pustaka, 2007.
- Kasali, Rhenald. *Manajemen Public Relations: Konsep Dan Aplikasinya Di Indonesia*. Pustaka Utama Grafiti, 2003.
- Kholis, Nur. "Manajemen Strategi Pendidikan: Formulasi, Implementasi Dan Pengawasan." UIN SA Press, 2014.
- Kotler, Philip, and Kevin Lane Keller. "Manajemen Pemasaran, PT." *Prenhallindo, Jakarta*, 2000.
- . "Manajemen Pemasaran Edisi Kedua Belas Jilid 1." *Penerbit: PT. Indeks. Jakarta*, 2007.
- Meliantari, Dian. "Produk Dan Merek (Suatu Pengantar)," 2023.
- Muhdlor, Ahmad Zuhdi, and Atabik Ali. *Kamus Kontemporer Arab-Indonesia*. Yogyakarta: Multi Karya Grafika, 1996.

- Mundiri, Akmal. "Strategi Lembaga Pendidikan Islam Dalam Membangun Branding Image." *Pedagogik: Jurnal Pendidikan* 3, no. 2 (2016).
- Nazarudin. *Manajemen Strategik*. Palembang: NoerFikri Offset, 2018.
- Nurita Andriani. *Manajemen Merek : Strategi Dan Pengembangannya*. Purbalingga: Eureka Media Aksara, 2023.
- Purnomo, Bambang Hari. "Metodedan Teknik Pengumpulan Data Dalam Penelitian Tindakan Kelas (Classroomaction Research)." *Jurnal Pengembangan Pendidikan* 8, no. 1 (2011): 210251.
- Putri, Debi Eka. *Brand Marketing*. Bandung: Widina Bhakti Persada, 2021.
- Rachmawati, Tutik. "Metode Pengumpulan Data Dalam Penelitian Kualitatif." *Unpar Press* 1 (2017): 1–29.
- Ramadani, Bagus. *Panduan Tahfidz Al - Qur'an*. Medan: UIN Medan, 2021.
- Rangkuti, Freddy. *Strategi Semut Melawan Gajah*. Gramedia Pustaka Utama, 2013.
- Ratna, Aulia Dini. "Program Dauroh Tahfidzul Qur'an Dalam Membina Akhlaq Karimah Santri Pondok Pesantren Karangasem - Paciran." UIN Sunan Ampel Surabaya, 2023.
- Rauf, Abdul Aziz Abdul. *Kiat Sukses Menjadi Hafidz Qur'an Da'iyah*. Bandung: Syaamil Cipta Media, 2004.
- Riinawati, Riinawati. *Marketing Pendidikan Islam Mengupas Strategi Marketing Berbasis Islam*. Yogyakarta: CV. Madani Berkah Abadi, 2021.
- Romli, Nada Arina. *Brand Marketing : The Art Of Branding*. Bandung: CV. Media Sains Indonesia, 2020.
- Sadat, Andi M, and Brand Belief. "Strategi Membangun Merek Berbasis Keyakinan." *Jakarta, Salemba Empat*, 2009.

- Shihab, M Quraish. *“Menyingkap Tabir Ilahi : Al - Asma” Al - Husna Dalam Perspektif Al - Qur’an.* Lentera Hati, 2005.
- Siagawati, Melly. *Manajemen Pemasaran Jasa Pendidikan: Konsep, Model Dan Implementasi.* Padang: Get Press Indonesia, 2022.
- Sitorus, Sunday Ade. *Brand Marketing : The Art of Branding.* Bandung: CV. Media Sains Indonesia, 2022.
- Siyoto, Sandu, and Muhammad Ali Sodik. *Dasar Metodologi Penelitian.* literasi media publishing, 2015.
- Subadi, Tjipto. *“Metode Penelitian Kualitatif.”* Muhammadiyah University Press, 2006.
- Sudirman, Acai. *Brand Management: Esensi, Posisi Dan Strategi.* Yayasan Kita Menulis, 2020.
- Suganda, Asep Dadan. *Brand Marketing.* Bandung: Widina Bhakti Persada, 2021.
- Sugiyono. *Metode Penelitian Kualitatif Kuantitatif Dan Reseach & Development.* Bandung: Penerbit Alfabeta, 2019.
- Sulistiyorini, Muhammad Fathurrohman. *“Esensi Manajemen Pendidikan Islam : Pengelolaan Lembaga Untuk Meningkatkan Kualitas Pendidikan Islam,”* 2016.
- Surur, Bunyamin Yusuf. *“Tinjauan Komparatif Tentang Pendidikan Tahfidz Al-Qur’an Di Indonesia Dan Saudi Arabia.”* Program Pascasarjana Uin Syarif Hidayatullah, 1994.
- Susanto, Perengki. *“Pengaruh Kualitas Pelayanan Akademik Dan Citra Merek Lembaga Terhadap Kepuasan Mahasiswa Universitas Negeri Padang.”* *Tingkap* 8, no. 1 (2012): 65–78.
- Sutisna, S E. *“Perilaku Konsumen Dan Komunikasi Pemasaran,”* 2002.
- Suyanto, Muhammad. *Marketing Strategy Top Brand Indonesia.* Yogyakarta: Penerbit Andi

Offset, 2007.

Taufiqurrokhman. *Manajemen Strategik*. Jakarta: Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas Prof. Dr. Moestopo, 2016.

Triton, P B. "Manajemen Strategi: Terapan Perusahaan Dan Bisnis," 2011.

Turmudzi, Imam. "Strategi Pemasaran Di Lembaga Pendidikan Islam (Studi Kasus Di MTs Ihsanniat Jombang)." *Jurnal Penelitian Manajemen Terapan (PENATARAN)* 2, no. 2 (2017): 188–96.

Wahidatun, Isma Indra. "Implementasi Strategi Pemasaran Lembaga Pendidikan Berbasis Keagamaan Melalui Program Dauroh Tahfidzul Qur'an Di MTs Nizhammiyah - Ploso - Jombang." UIN Sunan Ampel Surabaya, 2021.

Wajdi, Farid. "Tahfiz Al-Qur'an Dalam Kajian 'Ulum Al-Qur'an (Studi Atas Berbagai Metode Tahfiz)." Pascasarjana UIN Syarif Hidayatullah, 2010.

Widoyoko, Eko Putro. *Evaluasi Program Pembelajaran*. Vol. 238. Yogyakarta: Pustaka Pelajar, 2009.

Zainurrosalamia, Saïda. *Manajemen Pemasaran : Teori Dan Strategi*. Nusa Tenggara Barat: Forum Pemuda Aswaja, 2020.