

DAFTAR ISI

	<i>Halaman</i>
ABSTRAK	i
KATA PENGANTAR	ii
UCAPAN TERIMA KASIH	iv
DAFTAR ISI	viii
DAFTAR TABEL	x
DAFTAR GAMBAR	xi
DAFTAR GRAFIK	xi
DAFTAR LAMPIRAN	xii
 BAB I PENDAHULUAN	
A. Latar Belakang	1
B. Rumusan Masalah	6
C. Tujuan Penelitian	6
D. Manfaat Penelitian	7
E. Hipotesis	8
F. Anggapan Dasar	9
G. Kerangka Berfikir	10
H. Metodologi	13
I. Lokasi, Populasi, dan Sampel Penelitian	15
 BAB II KAJIAN PUSTAKA	
A. Sekolah Dasar dan Madrasah Ibtidaiyah	19
B. Konsep Pemasaran Dalam Pendidikan	23
C. Pengertian Jasa Pendidikan	26
D. Karakteristik Jasa	27
E. Pengertian dan Konsep Strategi Pemasaran	29
F. Model-Model Strategi Pemasaran Jasa Pendidikan	31
G. Elemen-Elemen Bauran Pemasaran Jasa Pendidikan	32

BAB III METODOLOGI PENELITIAN

A. Definisi Operasional	41
B. Metode Penelitian	46
C. Populasi dan Sampel Penelitian	48
D. Teknik Pengumpulan Data	49

BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

A. Penyajian Hasil Pengolahan Data	67
B. Pembahasan Hasil Penelitian	94

BAB V KESIMPULAN DAN REKOMENDASI

A. Kesimpulan	145
B. Rekomendasi	147

DAFTAR PUSTAKA	151
-----------------------------	------------

LAMPIRAN-LAMPIRAN

