

DAFTAR ISI

HALAMAN SAMPUL	i
HALAMAN JUDUL.....	ii
PERSETUJUAN PEMBIMBING SKRIPSI	iii
PENGESAHAN TIM PENGUJI	iv
MOTTO	v
PERSEMBAHAN.....	vi
ABSTRAK	vii
KATA PENGANTAR.....	ix
DAFTAR ISI.....	x
DAFTAR TABEL.....	xiv
DAFTAR LAMPIRAN.....	xv
BAB I PENDAHULUAN	
A. Latar Belakang Masalah.....	1
B. Rumusan Masalah	5
C. Tujuan penelitian.....	5
D. Manfaat Penelitian	6
E. Devinisi Operasional	6
F. Sistematika Pembahasan.....	7

BAB II LANDASAN TEORI

A. Manajemen Marketing	9
1. Pengertian Manajemen Marketing	9
2. Konsep Manajemen Marketing	12
B. Konsep Marketing Pendidikan	18
a. Konsep produksi	18
b. Konsep Produk (Jasa)	19
c. Konsep Penjualan	19
d. Konsep Marketing	20
e. Konsep Kemasyarakatan	22
C. Konsep Manajemen Pemasaran Pendidikan	22
a. Analisis Peluang Pasar	23
b. Perencanaan	24
c. Implementasi	27
d. Pengendalian	27
D. Strategi Bauran Pasar	28
a. Produk	28
b. Price (harga)	28
c. Place (tempat)	29
d. Promosi	29
e. People (Sumber Daya Manusia)	30
f. Physical Evidence (bangunan / alat)	33

g. Proses.....	33
E. Faktor Pendukung Dan Penghambat Manajemen Marketing	34

BAB III METODE PENELITIAN

A. pendekatan dan Jenis Penelitian.....	37
B. kehadiran Peneliti.....	38
C. lokasi Penelitian	39
D. Informan Penelitian.....	40
E. Prosedur Pengumpulan Data.....	41
F. Analisis Data	44
G. Pengecekan Keabsahan Data	47
H. Tahap Pralayanan	48
I. Tahap Pekerjaan Lapangan	49

BAB IV LAPORAN HASIL PENELITIAN

A. Gambaran Umum Objek Penelitian.....	52
B. Manajemen Marketing Lembaga Bimbingan Belajar Annora Pallas Indah Saba Indonesia	59
1. Proses Manajemen Marketing Lembaga Bimbingan Belajar Annaora Pallas Indah Saba Inadonesia Jemurwonosari lebar Surabaya.....	59
2. Faktor Pendukung dan Penghambat Manajemen Marketing di Lembaga Bimbingan Belajar Annaora Pallas Indah Saba	

Inadonesia Jemurwonosari lebar Surabaya	67
BAB IV PENUTUP	
A. Kesimpulan	69
B. Saran	72
DAFTAR PUSTAKA	
LAMPIRAN-LAMPIRAN	