

DAFTAR ISI

HALAMAN JUDUL	i
PERNYATAAN	iii
HALAMAN PERSETUJUAN	iv
HALAMAN PENGESAHAN	v
RIWAYAT HIDUP	vi
HALAMAN PERSEMBAHAN	vii
HALAMAN MOTO	viii
ABSTRAK	ix
ABSTRACT	x
PRAKATA	xi
DAFTAR ISI	xiii
DAFTAR TABEL	xiii
DAFTAR GAMBAR	xiii
BAB I PENDAHULUAN	1
1.1 Latar Belakang Masalah.....	1
1.3 Ruang Lingkup Penelitian.....	8
1.4 Tujuan Penelitian	9
1.5 Manfaat Penelitian	9
1.6 Sistematika Penulisan	9
BAB II LANDASAN TEORI	11
2.1 Pemasaran Jasa	11
2.1.1 Pengertian Jasa	13
2.1.2 Karakteristik dan Klasifikasi Jasa	14

2.1.3	Bauran Pemasaran Jasa.....	15
2.2	Strategi Pemasaran.....	19
2.3	Konsep Strategi	22
2.5	Penelitian Terdahulu	27
2.6	Kerangka Berfikir	28
BAB III METODE PENELITIAN		29
3.1	Jenis Penelitian	29
3.2	Sumber Data.....	29
3.3	Metode Pengumpulan Data	29
3.5	Metode Analisis Data.....	30
3.5.1	Analisis Matriks EFAS (<i>Exteranal Factor Analysis Summary</i>).....	31
3.5.2	Analisis Matriks IFAS (<i>Interanal Factor Analysis Summary</i>).....	33
BAB IV HASIL DAN PEMBAHASAN		37
4.1	Hasil Analisis Data	37
4.1.1	Faktor Internal	37
4.1.2	Faktor Eksternal.....	39
4.2	Analisis IFAS dan EFAS	41
4.2.1	Analisis IFAS	41
4.2.2	Analisis EFAS	43
4.2.3	Posisi SDIT Pelita Khoirul Ummah dalam Kuadran SWOT.....	44
4.3	Analisis Strategi SDIT Pelita Khoirul Ummah.....	45
4.4	Pembahasan	45
BAB V PENUTUP		51
5.1	Kesimpulan.....	51
5.2	Saran	52
DAFTAR PUSTAKA		
LAMPIRAN		