

DAFTAR ISI

ABSTRAK.....	i
LEMBAR PERNYATAAN KARYA ILMIAH	ii
LEMBAR PENGESAHAN	iii
PEDOMAN TRANSLITERASI.....	iv
KATA PENGANTAR	vi
DAFTAR ISI.....	ix
DAFTAR GAMBAR	xi
DAFTAR TABEL.....	xiii
DAFTAR LAMPIRAN.....	xiv
BAB I.....	1
PENDAHULUAN	1
A.Latar Belakang Masalah.....	1
B.Rumusan Masalah.....	2
C.Tujuan Penelitian	2
D.Manfaat Hasil Penelitian.....	3
E. Kerangka Berpikir.....	3
F. Hipotesis	6
G.Hasil Penelitian Terdahulu.....	7
BAB II.....	9
TINJAUAN PUSTAKA	9
A.Manajemen Pemasaran	9
1. Definisi Manajemen Pemasaran.....	9
2. Fungsi Manajemen Pemasaran.....	12
3. Manajemen Pemasaran Berbasis ICT	16
B.Citra Lembaga Pendidikan Islam.....	18
1. Definisi Citra Lembaga pendidikan Islam	18
2. Pengukuran Citra Lembaga.....	21
3. Peran Citra Lembaga.....	22

C. Hubungan Manajemen Pemasaran Berbasis ICT Dengan Citra Lembaga Pendidikan Islam.....	24
BAB III	26
METODOLOGI PENELITIAN.....	26
A. Pendekatan dan Metode Penelitian	26
B. Jenis dan Sumber Data.....	26
C. Definisi Operasional Variabel	29
D. Teknik Pengumpulan Data Penelitian.....	30
E. Teknik Analisis Data.....	37
F. Tempat dan Waktu penelitian	56
BAB IV	57
HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN	57
A. Deskripsi Data.....	57
B. Penguji Hipotesis Penelitian	58
C. Pembahasan Hasil Penelitian	67
BAB V	73
PENUTUP.....	73
A. Simpulan	73
B. Saran	74
DAFTAR PUSTAKA	76