

DAFTAR ISI

ABSTRAK	i
LEMBAR PERNYATAAN KARYA ILMIAH	ii
LEMBAR PENGESAHAN	iii
KATA PENGANTAR	iv
DAFTAR ISI	vii
DAFTAR TABEL	ix
DAFTAR GAMBAR	x
DAFTAR LAMPIRAN	xi
BAB I	1
PENDAHULUAN	1
A. Latar Belakang Masalah	1
B. Rumusan Masalah	4
C. Tujuan Penelitian	4
D. Manfaat Penelitian	4
E. Kerangka Berpikir	5
F. Hipotesis	7
G. Hasil Penelitian Terdahulu	8
BAB II	10
TINJAUAN PUSTAKA	10
A. Strategi Pemasaran Madrasah Berbasis Digital	10
1. Pengertian Strategi Pemasaran Digital	10
2. Manfaat Digital Marketing	14
3. Strategi Bauran Pemasaran (<i>Marketing Mix</i>)	15
B. Minat Peserta Didik	16
1. Pengertian Minat	16
2. Tahapan dan Jenis-jenis Minat	17
3. Indikator Minat	18
C. Hubungan Strategi Pemasaran Madrasah Berbasis Digital dengan Minat Peserta Didik	19
BAB III	21

METODOLOGI PENELITIAN	21
A. Pendekatan Dan Metode.....	21
B. Jenis Dan Sumber Data Penelitian	21
C. Teknik Pengumpulan Data	24
D. Teknis Analisis Data	26
E. Tempat dan Waktu Penelitian	33
BAB IV	34
HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN	34
A. Kondisi Objektif Madrasah	34
B. Uji Hipotesis Dan Hasil Penelitian.....	36
1. Realita Variabel Strategi Pemasaran Madrasah Berbasis Digital (X)	36
2. Realita Variabel Minat Peserta Didik Analisis Parsial (Y)	39
3. Realita Korelasi Strategi Pemasaran Madrasah dengan Minat Peserta Didik	43
C. Pembahasan Hasil Penelitian.....	44
1. Realita Strategi Pemasaran Madrasah Berbasis Digital di Madrasah Aliyah se-Kabupaten Majalengka (X)	44
2. Realita Minat Peserta Didik Terhadap Madrasah.....	45
3. Hubungan Strategi Pemasaran Madrasah berbasis Digital Dengan Minat Peserta Didik.....	46
BAB V.....	54
PENUTUP.....	54
A. Simpulan	54
B. Saran.....	55
DAFTAR PUSTAKA	56
LAMPIRAN-LAMPIRAN	58