

- Moleong, Lexy J. 2018. *Metode Penelitian Kualitatif*. Bandung: Remaja Rosdakarya
- Muadin, Akhmad. 2017. *Manajemen Pemasaran Pendidikan Pondok Pesantren Tahfidz Qur'an*. Ta'allum 5(2)
- Muhaimin. 2011. *Manajemen Pendidikan: Aplikasinya dalam Penyusunan Rencana Pengembangan Sekolah/Madrasah*. Jakarta: Kencana Prenada Media Group
- Pebriany, Srie Amanah, dan Nunung Sanusi. 2020. *Peran Kepala dan Komite Sekolah dalam Membangun Citra Positif Madrasah Diniyah*. Buana Komunikasi (Jurnal Penelitian dan Studi Ilmu Komunikasi), 1(2): 92–101.
- Putri, Harmonisa, Suci Fitriani, dan Bawaihi. 2023. *Educational Services Marketing in Customer Enhancement*. Journal of Curriculum and Pedagogic Studies (JCPS), 2(1): 14–22.
- Safaat, dan Leonard Adrie Manafe. 2023. *Evaluation of Marketing Strategies for Educational Services in Increasing Public Interest*. International Journal of Business and Applied Economics (IJBAE), 2(4): 601–612.
- Susanto, Edy. 2019. *Membangun Citra Madrasah: Strategi MTs Al-Kautsar dalam Membangun Mutu*. Al-Furqan, 7(2).
- Syihabudin, Tubagus, Tihami, dan Agus Gunawan. 2023. *Penguatan Citra Madrasah Melalui Budaya Organisasi dan Peran Komite Madrasah di Pedesaan pada Era Disrupsi*. Al-Fahim: Jurnal Manajemen Pendidikan Islam, 5(2): 64–85.
- Ratno, P. P., & Nadhirin, A. U. (2020). Pengaruh sistem informasi SLIMS terhadap manajemen kemudahan penggunaan layanan di perpustakaan IAIN Kediri. *Journal of Islamic Education Management*, 1(1), 21–31.
- Wahid, Abdul. 2023. *Strategi Membangun Citra dan Kinerja Lembaga*. Jawa Tengah: Fatiha Media
- Wijaya, David. 2016. *Pemasaran Jasa Pendidikan*. Jakarta: Bumi Aksara
- Wijaya, David. 2012. *Pemasaran Jasa Pendidikan: Mengapa Sekolah Memerlukan Marketing*. Jakarta: Salemba Empat
- Zahra, Sitti Isnani, dan Makmur Syukri. 2020. *Strategi Manajemen Humas dalam Membangun Citra Madrasah di MTs Azzuhri Tanjung Morawa Kabupaten Deli Serdang*. Hijri, 9(2).
- Zamroni, dan Imanisa Roudlotul Jannah. 2023. *Educational Services Marketing Strategy in Madrasah*. Proceeding of International Conference on Education, Society and Humanity (ICESH), 1(1).

## LAMPIRAN – LAMPIRAN

### LAMPIRAN 1. INSTRUMEN PENELITIAN

Instrumen penelitian merupakan alat yang digunakan oleh peneliti untuk mengumpulkan data di lapangan. Dalam penelitian ini, instrumen yang digunakan meliputi wawancara, observasi, dan dokumentasi.

#### 1. Instrumen Observasi

Instrumen observasi digunakan untuk memperoleh data secara langsung mengenai kondisi madrasah terkait strategi pemasaran jasa pendidikan dalam meningkatkan citra lembaga. Aspek yang diamati:

- a. Segmenting (geografis, demografis, dan perilaku)
- b. Targeting (penentuan sasaran pasar)
- c. Positioning (penentuan posisi lembaga)

#### 2. Instrumen Wawancara

Instrumen wawancara digunakan untuk menggali informasi secara mendalam dari informan penelitian, yaitu kepala madrasah, waka kesiswaan, waka humas, dan wali siswa.

##### a. Kepala madrasah

- 1) Strategi pemasaran jasa pendidikan yang diterapkan
- 2) Penentuan segmentasi pasar
- 3) Penentuan target peserta didik
- 4) Penentuan positioning lembaga
- 5) Upaya membangun citra madrasah

##### b. Waka kesiswaan

- 1) Peran kegiatan kesiswaan dalam menarik minat siswa
- 2) Strategi pendekatan kepada calon siswa
- 3) Kontribusi kegiatan siswa terhadap citra madrasah

##### c. Waka Humas

- 1) Kegiatan promosi madrasah
- 2) Pemanfaatan media sosial
- 3) Strategi komunikasi dengan masyarakat
- 4) Kerjasama dengan pihak luar

- d. Wali siswa
  - 1) Alasan memilih madrasah
  - 2) Persepsi terhadap pelayanan citra madrasah
  - 3) Penilaian terhadap pelayanan dan lingkungan madrasah
- 3. Instrumen Dokumentasi
  - a. Profil madrasah
  - b. Brosur atau pamflet promosi
  - c. Dokumen kegiatan
  - d. Media sosial madrasah