

**IMPLEMENTASI BAURAN PEMASARAN PENDIDIKAN UNTUK
MENINGKATKAN *RELATIONSHIP MARKETING*
(Studi Kasus di SMK Negeri 2 Nganjuk)**

TESIS

Diajukan kepada
Universitas Islam Negeri (UIN) Syekh Wasil Kediri
Untuk Memenuhi Salah Satu Persyaratan dalam Menyelesaikan
Program Magister Pendidikan (M.Pd)



Oleh:

HERU KISWANTO

NIM. 24504006

**PROGRAM STUDI MANAJEMEN PENDIDIKAN ISLAM
PASCASARJANA
UNIVERSITAS ISLAM NEGERI (UIN) SYEKH WASIL KEDIRI**

2026

HALAMAN JUDUL

**IMPLEMENTASI BAURAN PEMASARAN PENDIDIKAN UNTUK
MENINGKATKAN *RELATIONSHIP MARKETING*
(Studi Kasus di SMK Negeri 2 Nganjuk)**

TESIS

Diajukan kepada
Universitas Islam Negeri (UIN) Syekh Wasil Kediri
Untuk Memenuhi Salah Satu Persyaratan dalam Menyelesaikan
Program Magister Pendidikan (M.Pd)

HERU KISWANTO
NIM. 24504006

**PROGRAM STUDI MANAJEMEN PENDIDIKAN ISLAM
PASCASARJANA
UNIVERSITAS ISLAM NEGERI (UIN) SYEKH WASIL KEDIRI
2026**

HALAMAN PERSETUJUAN

Tesis ini dengan judul “IMPLEMENTASI BAURAN PEMASARAN PENDIDIKAN UNTUK MENINGKATKAN *RELATIONSHIP MARKETING* (STUDI KASUS DI SMK NEGERI 2 NGANJUK) oleh HERU KISWANTO telah disetujui untuk diajukan pada Ujian Tesis Program Pascasarjana UIN Syekh Wasil Kediri.

Dosen Pembimbing

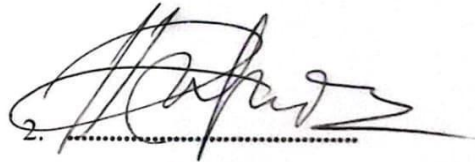
Dosen pembimbing I

1. Prof. Dr. Hj. Munifah, M.Pd
NIP. 197004121994032006

1. 

Dosen pembimbing II

2. Dr. Noer Hidayah, M.Si
NIP. 197701092005012002

2. 

PENGESAHAN TIM PENGUJI TESIS

Tesis ini dengan judul "IMPLEMENTASI BAURAN PEMASARAN PENDIDIKAN UNTUK MENINGKATKAN *RELATIONSHIP MARKETING* (Studi Kasus di SMK Negeri 2 Nganjuk) ini telah diperbaiki sebagaimana mestinya dapat disahkan sebagai salah satu syarat memperoleh gelar Magister Pendidikan (M.Pd) Pascasarjana UIN Syekh Wasil pada tanggal 15 Juni 2026

Tim Penguji:

1. Ketua Sidang

Prof. Dr. Moch. Muwaffiqillah, S. IP., M.Fil. I.,

NIP.197711302003121002

(.....)

2. Penguji Utama

Prof. Dr. H. Moh. Asror Yusuf, M. Ag.,

NIP.197506132003121004

(.....)

3. Penguji I

Prof. Dr. Hj. Munifah, M. Pd.,

NIP.197004121994032006

(.....)

4. Penguji II

Dr. Noer Hidayah, M. Si.,

NIP.197701092005012001

(.....)

Kediri, 24 Juni 2026

Mengetahui

Direktur Pascasarjana UIN Syekh Wasil



Dr. H. Moh. Asror Yusuf, M. Ag

NIP. 197506132003121004

PERNYATAAN KEASLIAN TESIS

Yang bertanda tangan dibawah ini, saya:

Nama : Heru Kiswanto

NIM : 24504006

Program Studi : Manajemen Pendidikan Islam

Judul Penelitian : Implementasi Bauran Pemasaran Pendidikan Untuk Meningkatkan *Relationship Marketing* (Studi Kasus di SMK Negeri 2 Nganjuk)

Menyatakan dengan sebenarnya bahwa dalam hasil penelitian saya ini tidak terdapat unsur-unsur penjiplakan karya penelitian atau karya ilmiah yang pernah dilakukan atau dibuat orang lain kecuali yang secara tertulis dikutip dalam naskah ini dan disebutkan dalam sumber kutipan dan daftar rujukan.

Apabila dikemudian hari ternyata hasil penelitian ini terbukti terdapat unsur-unsur penjiplakan dan klaim dari pihak lain, maka saya bersedia untuk diproses sesuai peraturan perundang-undangan yang berlaku.

Demikian surat pernyataan ini saya buat dengan sebenarnya dan tanpa paksaan dari siapapun.

Nganjuk, 10 Mei 2026

Hormat saya,



Heru Kiswanto

MOTTO

“Hati-hati dengan kecerdasan, banyak pemuda hancur karena kecerdasannya sebab tidak diimbangi dengan adab dan tata krama.”

-KH. Nurul Huda Djazuli-

“Tidak ada versi terbaik, yang terbaik hanya akan datang dari seseorang yang mau belajar memperbaiki kesalahannya dan menjadi lebih baik.”

-Ning Sheila Hasina-

HALAMAN PERSEMBAHAN

Dengan penuh rasa syukur kepada Allah SWT, karya sederhana ini kupersembahkan kepada:

1. Untuk Bapak dan Ibu yakni, Bapak Ridwan Jono dan Ibu Iroh Rohana yang selalu memberikan doa, kasih sayang, pengorbanan, dukungan, dan perjuangan tanpa batas demi keberhasilan penulis. Tiada kata yang mampu menggambarkan besarnya cinta dan ketulusan kalian. Terima kasih atas setiap air mata, nasihat, dan perjuangan yang menjadi kekuatan terbesar dalam hidup penulis. Semoga karya sederhana ini menjadi wujud bakti dan rasa terima kasih yang tulus kepada Bapak dan Ibu.
2. Dosen Pembimbing saya, Ibu Prof. Hj. Munifah, M.Pd., dan Ibu Noer Hidayah, M. Si,. Terima kasih atas segala bimbingan, arahan, motivasi, ilmu, serta kesabaran yang diberikan selama proses penyusunan tesis ini. Setiap masukan dan nasihat yang diberikan menjadi pelajaran berharga bagi penulis dalam menyelesaikan perjalanan akademik ini. Semoga Allah SWT senantiasa memberikan kesehatan, keberkahan, dan membalas segala kebaikan Ibu.
3. Keluarga Besar SMK Negeri 2 Nganjuk. Terima kasih atas kesempatan, bantuan, keterbukaan, dan dukungan yang diberikan kepada penulis selama proses penelitian berlangsung. Pengalaman dan pembelajaran yang diperoleh menjadi bagian penting dalam penyelesaian tesis ini. Semoga sekolah terus berkembang menjadi lembaga pendidikan yang unggul, berprestasi, dan mampu mencetak generasi yang berkualitas.
4. Teman-teman Pascasarjana UIN Syekh Wasil Kediri tahun angkatan 2024. Terima kasih atas kebersamaan, semangat, dukungan, motivasi, dan cerita perjuangan yang telah dilalui bersama. Kalian bukan hanya teman belajar, tetapi juga keluarga seperjuangan yang selalu hadir dalam suka maupun duka selama proses perkuliahan hingga penyelesaian tesis ini.

Akhirnya, tesis ini menjadi bagian dari perjalanan panjang penuh doa, perjuangan, harapan, dan pengorbanan. Semoga setiap proses yang telah dilalui bernilai ibadah di sisi Allah SWT dan memberikan manfaat bagi banyak orang. Aamiin.

ABSTRAK

Heru Kiswanto, 2026. Dosen Pembimbing Ibu Prof. Dr. Hj. Munifah, M.Pd., dan Ibu Dr. Noer Hidayah, M. Si., *Implementasi Bauran Pemasaran Pendidikan Untuk Meningkatkan Relationship Marketing (Studi Kasus di SMK Negeri 2 Nganjuk*. Tesis, Manajemen Pendidikan Islam, Pascasarjana, UIN Syekh Wasil Kediri.

Kata Kunci: Bauran Pemasaran Pendidikan, *Relationship Marketing*, Pemasaran Jasa Pendidikan.

Penelitian ini dilatarbelakangi oleh semakin ketatnya persaingan antar lembaga pendidikan yang menuntut sekolah untuk tidak hanya meningkatkan mutu layanan pendidikan, tetapi juga membangun hubungan jangka panjang dengan pelanggan pendidikan melalui *relationship marketing*. SMK Negeri 2 Nganjuk sebagai sekolah kejuruan negeri menerapkan strategi bauran pemasaran pendidikan (*marketing mix*) untuk memperkuat hubungan dengan siswa, orang tua, alumni, dan mitra industri. Penelitian ini bertujuan untuk mendeskripsikan implementasi bauran pemasaran pendidikan yang meliputi *product, price, place, promotion, people, physical evidence*, dan *process* dalam meningkatkan *relationship marketing* di SMK Negeri 2 Nganjuk.

Penelitian ini menggunakan pendekatan kualitatif dengan jenis penelitian studi kasus. Data diperoleh melalui observasi, wawancara, dan dokumentasi dengan subjek penelitian meliputi tenaga pendidik dan kependidikan, wakil kepala sekolah, peserta didik, alumni, serta masyarakat pengguna layanan pendidikan. Analisis data dilakukan melalui tahapan reduksi data, penyajian data, serta penarikan kesimpulan dan verifikasi.

Hasil penelitian menunjukkan bahwa implementasi bauran pemasaran pendidikan di SMK Negeri 2 Nganjuk dilakukan secara terintegrasi melalui tujuh unsur pemasaran. Produk pendidikan dikembangkan melalui kompetensi lulusan, prestasi akademik dan non akademik, serta keterampilan kerja yang relevan dengan kebutuhan dunia usaha dan dunia industri. Harga layanan pendidikan diterapkan secara terjangkau, transparan, dan akuntabel. Lokasi sekolah yang strategis dan mudah diakses mendukung distribusi layanan pendidikan secara merata. Strategi promosi dilakukan melalui media sosial, hubungan masyarakat, serta promosi berbasis pelayanan. Sumber daya manusia dikembangkan melalui peningkatan kompetensi dan profesionalisme tenaga pendidik maupun kependidikan. Sarana dan prasarana sekolah tersedia dalam kondisi baik dan mendukung proses pembelajaran. Selain itu, proses pembelajaran dilaksanakan dengan memanfaatkan teknologi dan pelayanan akademik yang berorientasi pada kebutuhan peserta didik. Implementasi tersebut mampu meningkatkan kepercayaan, kepuasan, loyalitas, serta hubungan jangka panjang antara sekolah dengan siswa, orang tua, alumni, dan mitra industri.

ABSTRACT

Heru Kiswanto, 2026. *Supervisors: Prof. Dr. Hj. Munifah, M.Pd., and Dr. Noer Hidayah, M.Si. Implementation of Educational Marketing Mix to Improve Relationship Marketing (A Case Study at SMK Negeri 2 Nganjuk). Thesis, Islamic Educational Management, Postgraduate Program, UIN Syekh Wasil Kediri.*

Keywords: Educational Marketing Mix, Relationship Marketing, Educational Service Marketing.

This research was motivated by the increasingly intense competition among educational institutions, which requires schools not only to improve the quality of educational services but also to build long-term relationships with educational customers through relationship marketing. SMK Negeri 2 Nganjuk as a public vocational high school implements an educational marketing mix strategy to strengthen relationships with students, parents, alumni, and industrial partners. This study aims to describe the implementation of the educational marketing mix, including product, price, place, promotion, people, physical evidence, and process, in improving relationship marketing at SMK Negeri 2 Nganjuk.

This research employed a qualitative approach with a case study design. Data were collected through observation, interviews, and documentation involving teachers, educational staff, vice principals, students, alumni, and communities utilizing educational services as research subjects. Data analysis was conducted through the stages of data reduction, data display, conclusion drawing, and verification.

The results of the study indicate that the implementation of the educational marketing mix at SMK Negeri 2 Nganjuk was carried out in an integrated manner through the seven elements of marketing. Educational products were developed through graduate competencies, academic and non-academic achievements, and job skills relevant to the needs of businesses and industries. Educational service fees were implemented in an affordable, transparent, and accountable manner. The school's strategic and easily accessible location supported the equitable distribution of educational services. Promotional strategies were conducted through social media, public relations, and service-based promotion. Human resources were developed through improving the competence and professionalism of teachers and educational staff. School facilities and infrastructure were available in good condition and supported the learning process. In addition, the learning process was carried out by utilizing technology and academic services oriented toward students' needs. This implementation was able to increase trust, satisfaction, loyalty, and long-term relationships between the school and students, parents, alumni, and industrial partners.

KATA PENGANTAR

Assalamu'alaikum Wr. Wb.

Alhamdulillah Rabbil 'Alamiin, segala puji syukur penulis panjatkan kehadirat Allah SWT atas segala rahmat, taufik, hidayah, kesehatan, dan kemudahan yang telah diberikan, sehingga penulis dapat menyelesaikan tesis yang berjudul "*Implementasi Bauran Pemasaran Pendidikan untuk Meningkatkan Relationship Marketing (Studi Kasus di SMK Negeri 2 Nganjuk)*" dengan baik.

Shalawat serta salam semoga senantiasa tercurah kepada junjungan Nabi Muhammad SAW yang telah membawa umat manusia menuju jalan yang penuh ilmu pengetahuan dan keberkahan.

Penulis menyadari bahwa penyusunan tesis ini tidak akan terselesaikan tanpa doa, dukungan, bantuan, serta motivasi dari berbagai pihak. Oleh karena itu, dengan penuh rasa hormat dan terima kasih, penulis menyampaikan penghargaan kepada:

1. Bapak Dr. Wahidul Anam, M.Ag., selaku Rektor UIN Syekh Wasil Kediri yang telah memberikan kesempatan, fasilitas, serta lingkungan akademik yang baik kepada penulis selama menempuh pendidikan di Pascasarjana UIN Syekh Wasil Kediri. Semoga lembaga yang beliau pimpin senantiasa berkembang menjadi perguruan tinggi yang unggul dan membawa manfaat luas bagi masyarakat.
2. Bapak Prof. Dr. H. Moh. Asror Yusuf, M.Ag., selaku Direktur Pascasarjana UIN Syekh Wasil Kediri yang telah memberikan dukungan, arahan, serta motivasi kepada seluruh mahasiswa pascasarjana dalam menyelesaikan studi dengan baik.
3. Bapak Dr. Addin Arsyadana, M.Pd.I., selaku Ketua Program Studi Manajemen Pendidikan Islam Pascasarjana UIN Syekh Wasil Kediri yang telah memberikan perhatian, arahan, serta semangat kepada penulis selama menjalani proses perkuliahan hingga penyelesaian tesis ini.
4. Ibu Prof. Dr. Hj. Munifah, M.Pd., selaku Dosen Pembimbing I dan Ibu Dr. Noer Hidayah, M.Si., selaku Dosen Pembimbing II yang dengan penuh kesabaran

dan ketulusan telah membimbing penulis dalam setiap proses penyusunan tesis ini. Terima kasih atas waktu, tenaga, pikiran, ilmu, nasihat, motivasi, serta perhatian yang diberikan tanpa mengenal lelah. Setiap arahan dan masukan yang diberikan bukan hanya membantu penulis menyelesaikan tesis ini, tetapi juga menjadi pelajaran hidup yang sangat berharga bagi penulis. Penulis menyadari bahwa tanpa bimbingan dan dukungan beliau berdua, tesis ini tidak akan terselesaikan dengan baik.

5. Segenap Bapak dan Ibu dosen serta staf pengajar di lingkungan Pascasarjana Program Studi Manajemen Pendidikan Islam UIN Syekh Wasil Kediri yang telah memberikan ilmu pengetahuan, pengalaman, wawasan, serta nilai-nilai kehidupan yang begitu berarti bagi penulis selama menempuh pendidikan. Semoga ilmu yang diberikan menjadi amal jariyah yang terus mengalir keberkahannya.
6. Bapak Harbudi Susilo, M.Pd., selaku Kepala Sekolah SMK Negeri 2 Nganjuk yang telah memberikan izin, kesempatan, serta dukungan penuh kepada penulis untuk melaksanakan penelitian di SMK Negeri 2 Nganjuk.
7. Seluruh Bapak dan Ibu Guru serta staf di lingkungan SMK Negeri 2 Nganjuk yang telah menerima penulis dengan hangat, membantu selama proses penelitian, serta memberikan berbagai informasi dan pengalaman berharga sehingga penelitian ini dapat berjalan dengan lancar.
8. Kedua orang tua tercinta dan seluruh keluarga besar penulis yang selalu menjadi sumber kekuatan terbesar dalam hidup penulis. Terima kasih atas segala doa yang tidak pernah terputus, kasih sayang yang begitu tulus, pengorbanan yang tidak ternilai, serta dukungan yang selalu mengiringi setiap langkah perjuangan penulis. Tidak ada kata yang mampu menggambarkan betapa besar arti kehadiran keluarga dalam perjalanan hidup dan pendidikan penulis. Semoga Allah SWT senantiasa memberikan kesehatan, kebahagiaan, dan keberkahan kepada keluarga penulis.
9. Teman-teman seperjuangan Program Studi Manajemen Pendidikan Islam angkatan 2024 semester genap yang telah menjadi bagian dari perjalanan indah selama menempuh pendidikan pascasarjana. Terima kasih atas kebersamaan, dukungan, bantuan, motivasi, serta cerita perjuangan yang telah dilalui

bersama. Semua kenangan, canda, tawa, diskusi, dan perjuangan yang kita lalui akan menjadi bagian berharga yang tidak akan pernah terlupakan. Semua pihak yang tidak dapat penulis sebutkan satu per satu yang telah membantu baik secara langsung maupun tidak langsung dalam proses penyelesaian tesis ini. Semoga segala bentuk bantuan, kebaikan, dan ketulusan yang telah diberikan mendapatkan balasan terbaik dari Allah SWT.

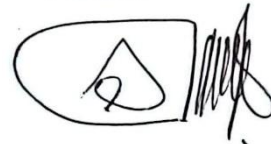
Penulis menyadari sepenuhnya bahwa tesis ini masih jauh dari kata sempurna. Oleh karena itu, penulis dengan segala kerendahan hati mengharapkan kritik dan saran yang membangun demi penyempurnaan karya ini di masa yang akan datang. Penulis berharap semoga tesis ini dapat memberikan manfaat, menambah wawasan, serta menjadi kontribusi positif bagi pengembangan ilmu pengetahuan, khususnya dalam bidang manajemen pendidikan Islam.

Akhir kata, semoga segala proses, perjuangan, dan pengorbanan yang telah dilalui dalam penyusunan tesis ini menjadi bagian dari perjalanan hidup yang penuh makna dan bernilai ibadah di sisi Allah SWT.

Wassalamu'alaikum Wr. Wb.

Nganjuk, 10 Mei 2026

Penulis

A handwritten signature in black ink, consisting of a stylized 'H' followed by a series of loops and a vertical stroke.

Heru Kiswanto

DAFTAR ISI

HALAMAN JUDUL.....	ii
HALAMAN PERSETUJUAN.....	iii
PENGESAHAN TIM PENGUJI TESIS.....	iv
PERNYATAAN KEASLIAN TESIS.....	v
HALAMAN PERSEMBAHAN.....	vi
ABSTRAK.....	vii
ABSTRACT	viii
KATA PENGANTAR	ix
DAFTAR TABEL.....	xvii
DAFTAR GAMBAR	xviii
DAFTAR LAMPIRAN	xix
BAB I PENDAHULUAN	20
A. Konteks Penelitian	20
B. Fokus Penelitian.....	24
C. Tujuan Penelitian.....	25
D. Manfaat Penelitian.....	25
E. Definisi Konsep	26
F. Penelitian Terdahulu	27
G. Sistematika Pembahasan.....	35

BAB II KAJIAN TEORI.....	38
A. Bauran Pemasaran Pendidikan.....	38
1. Pengertian Bauran Pemasaran Pendidikan	38
2. Fungsi Bauran Pemasaran Pendidikan	40
3. Tujuan Bauran Pemasaran Pendidikan	41
4. Unsur-Unsur Bauran Pemasaran Pendidikan	42
5. Strategi Bauran Pemasaran Pendidikan.....	43
B. <i>Relationship Marketing</i>.....	50
1. Pengertian Relationship Marketing	50
2. Tujuan dan Manfaat <i>Relationship Marketing</i>	51
3. Komponen <i>Relationship Marketing</i>	52
4. <i>Relationship Marketing</i> dalam Lembaga Pendidikan.....	53
C. Penerapan Bauran Pemasaran Pendidikan dalam <i>Relationship Marketing</i>.....	55
BAB III METODE PENELITIAN.....	56
A. Jenis dan Pendekatan Penelitian	56
B. Kehadiran Peneliti	56
C. Lokasi Penelitian.....	57
D. Sumber Data	57
E. Prosedur Pengumpulan Data.....	58
F. Teknik Analisis Data	61

G. Pengecekan Keabsahan Data.....	62
BAB IV HASIL PENELITIAN	63
A. Gambaran Umum.....	63
1. Sejarah Singkat SMK Negeri 2 Nganjuk.....	63
2. Visi dan Misi SMK Negeri 2 Nganjuk	63
3. Struktur Organisasi SMK Negeri 2 Nganjuk.....	64
4. Keadaan Sarana dan Prasarana SMK Negeri 2 Nganjuk.....	65
B. Paparan Data	65
1. Produk Pendidikan (<i>Product</i>) yang ditawarkan untuk Meningkatkan <i>Relationship Marketing</i> di SMK Negeri 2 Nganjuk.....	66
2. Implementasi Harga Layanan Pendidikan (<i>Price</i>) untuk Meningkatkan <i>Relationship Marketing</i> di SMK Negeri 2 Nganjuk.....	76
3. Lokasi dan Akses Layanan (<i>Place</i>) untuk Meningkatkan <i>Relationship Marketing</i> di SMK Negeri 2 Nganjuk	81
4. Strategi Promosi (<i>Promotion</i>) yang dilakukan untuk Meningkatkan <i>Relationship Marketing</i> di SMK Negeri 2 Nganjuk.....	86
5. Kualifikasi dan Kompetensi Sumber Daya Manusia (<i>People</i>) untuk Meningkatkan <i>Relationship Marketing</i> di SMK Negeri 2 Nganjuk.....	95
6. Kondisi Fisik Sarana dan Prasarana (<i>Physical Evidence</i>) untuk Meningkatkan <i>Relationship Marketing</i> di SMK Negeri 2 Nganjuk....	100
7. Proses (<i>Process</i>) Pembelajaran yang dilaksanakan untuk Meningkatkan <i>Relationship Marketing</i> di SMK Negeri 2 Nganjuk.....	107
C. Temuan Penelitian	114
1. Produk Pendidikan (<i>Product</i>) yang ditawarkan untuk Meningkatkan <i>Relationship Marketing</i> di SMK Negeri 2 Nganjuk.....	114

2. Implementasi Harga Layanan Pendidikan (<i>Price</i>) untuk Meningkatkan <i>Relationship Marketing</i> di SMK Negeri 2 Nganjuk.....	117
3. Lokasi dan Akses Layanan (<i>Place</i>) untuk Meningkatkan <i>Relationship Marketing</i> di SMK Negeri 2 Nganjuk.....	119
4. Strategi Promosi (<i>Promotion</i>) yang dilakukan untuk Meningkatkan <i>Relationship Marketing</i> di SMK Negeri 2 Nganjuk.....	121
5. Kualifikasi dan Kompetensi Sumber Daya Manusia (<i>People</i>) untuk Meningkatkan <i>Relationship Marketing</i> di SMK Negeri 2 Nganjuk....	124
6. Kondisi Fisik Sarana dan Prasarana (<i>Physical Evidence</i>) untuk Meningkatkan <i>Relationship Marketing</i> di SMK Negeri 2 Nganjuk....	126
7. Proses (<i>Process</i>) Pembelajaran yang dilaksanakan untuk Meningkatkan <i>Relationship Marketing</i> di SMK Negeri 2 Nganjuk.....	129
BAB V PEMBAHASAN.....	133
A. Produk Pendidikan (<i>Product</i>) yang ditawarkan untuk Meningkatkan <i>Relationship Marketing</i> di SMK Negeri 2 Nganjuk.....	133
1. Kompetensi Lulusan.....	133
2. Prestasi Akademik dan Non Akademik.....	135
3. Keterampilan Kerja yang dimiliki Peserta Didik	137
B. Implementasi Harga Layanan Pendidikan (<i>Price</i>) untuk Meningkatkan <i>Relationship Marketing</i> di SMK Negeri 2 Nganjuk.....	138
1. Keterjangkauan Biaya Pendidikan.....	138
2. Transparansi dan Akuntabilitas Biaya.....	140
C. Lokasi dan Akses Layanan (<i>Place</i>) untuk Meningkatkan <i>Relationship Marketing</i> di SMK Negeri 2 Nganjuk	142
1. Lokasi Sekolah dan Akseibilitas.....	142
2. Distribusi Layanan Pendidikan Secara Merata	143

D. Strategi Promosi (<i>Promotion</i>) yang dilakukan untuk Meningkatkan <i>Relationship Marketing</i> di SMK Negeri 2 Nganjuk	146
1. Bentuk-Bentuk Promosi yang dilakukan Sekolah.....	146
2. Penggunaan Media Sosial dalam Promosi Pendidikan	148
3. Promosi Berbasis Layanan dan Hubungan Masyarakat (Humas)	149
E. Kualifikasi dan Kompetensi Sumber Daya Manusia (<i>People</i>) untuk Meningkatkan <i>Relationship Marketing</i> di SMK Negeri 2 Nganjuk ..	151
1. Pemberdayaan SDM untuk Meningkatkan Mutu Layanan Pendidikan	151
2. Strategi Sekolah dalam Membina SDM.....	153
F. Kondisi Fisik Sarana dan Prasarana (<i>Physical Evidence</i>) untuk Meningkatkan <i>Relationship Marketing</i> di SMK Negeri 2 Nganjuk...	154
1. Penataan dan Kebersihan Lingkungan	154
2. Pemeliharaan dan Pengembangan Fasilitas.....	156
G. Proses (<i>Process</i>) Pembelajaran yang dilaksanakan untuk Meningkatkan <i>Relationship Marketing</i> di SMK Negeri 2 Nganjuk....	158
1. Penggunaan Teknologi dalam Proses Pembelajaran	158
2. Pelayanan Akademik Bagi Siswa.....	160
BAB VI PENUTUP	163
A. Kesimpulan.....	163
B. Implikasi Hasil Penelitian	165
1. Implikasi Teoritis.....	165
2. Implikasi Praktisi.....	166
C. Saran	168

DAFTAR PUSTAKA	170
LAMPIRAN.....	183

DAFTAR TABEL

Table 1.1 Penelitian Terdahulu	31
Table 3.1 Instrumen Wawancara Penelitian.....	59
Table 4.1 Keadaan Sarana dan Prasarana.....	65

DAFTAR GAMBAR

Gambar 4.1 Struktur Organisasi di SMK Negeri 2 Nganjuk	64
Gambar 4.2 Pengembangan hard skill peserta didik.....	68
Gambar 4.3 Prestasi siswa SMK Negeri 2 Nganjuk.....	72
Gambar 4.4 Lokasi sekitar dan lahan parkir sekolah	83
Gambar 4.5 Media Promosi Sekolah	88
Gambar 4.6 Akun Medsos SMK Negeri 2 Nganjuk.....	91
Gambar 4.7 Workshop Penguatan Pembelajaran Bapak/Ibu Guru	100
Gambar 4.8 Lingkungan SMKN 2 Nganjuk.....	104

DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran 1 Kegiatan Wawancara di SMK Negeri 2 Nganjuk.....	184
Lampiran 2 Surat Izin Penelitian.....	185
Lampiran 3 Surat Persetujuan PenelitianLampiran.....	186
Lampiran 4 Bukti Cek Plagiasi/Summary dari Turnitin	187
Lampiran 5 Daftar Konsultasi Penyelesaian Tesis.....	188
Lampiran 6 Daftar Konsultasi Penyelesaian Tesis.....	189

