

LEMBAR PERSETUJUAN DAFTAR ISI

ABSTRAK	i
ABSTRACT	ii
LEMBAR PERNYATAAN	iii
LEMBAR PERSETUJUAN	iv
LEMBAR PENGESAHAN	v
PEDOMAN PENGGUNAAN SKRIPSI	vi
KATA PENGANTAR	vii
DAFTAR ISI	ix
DAFTAR TABEL	xii
DAFTAR GAMBAR	xiii
BAB I PENDAHULUAN	1
A. Latar Belakang	1
B. Tujuan Penelitian	7
C. Manfaat Hasil Penelitian	7
D. Kerangka Berpikir	8
E. Hasil Penelitian terdahulu	10
BAB II TINJAUAN PUSTAKA STRATEGI PEMASARAN WORD OF MOUTH (WOM) MELALU MEDIA SOSIAL	14
A. Manajemen	14
1. Pengertian Manajemen	14
2. Fungsi Manajemen	17
B. Pemasaran	18

1.	Pengertian Pemasaran	18
2.	Konsep Pemasaran	19
3.	Strategi Pemasaran	20
C.	Manajemen Pemasaran	21
1.	Pengertian Manajemen Pemasaran	21
2.	Tujuan Manajemen Pemasaran	22
3.	Prinsip Manajemen Pemasaran	23
4.	Fungsi Manajemen Pemasaran	25
D.	Manajemen Pemasaran Pendidikan	30
1.	Pengertian Manajemen Pemasaran Pendidikan	30
2.	Tujuan Manajemen Pemasaran Pendidikan	33
3.	Bauran Pemasaran (Marketing Mix) Pendidikan	33
E.	Media Sosial (Social Media)	37
1.	Pengertian Media Sosial	37
2.	Sejarah Media Sosial	39
3.	Fungsi Media Sosial	39
4.	Karakteristik Media Sosial	40
5.	Jenis-Jenis Media Sosial	40
6.	Peran dan Fungsi Media Sosial	41
F.	Word Of Mouth (WOM)	42
1.	Pengertian Word Of Mouth (WOM)	42
2.	Strategi Pemasaran Word Of Mouth (WOM)	43
BAB III METODE PENELITIAN		45
A.	Pendekatan dan Metode Penelitian	45
1.	Pendekatan Penelitian	45
2.	Metode Penelitian	45
B.	Jenis dan Sumber Data	46
C.	Teknik Pengumpulan Data	46

D.	Teknik Analisis Data.....	47
E.	Jadwal Pelaksanaan Penelitian	48
BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN.....		50
A.	Deskripsi Data	50
1.	Sejarah Universitas Ma'soem Jatinangor, Sumedang	50
2.	Kondisi Geografis Universitas Ma'soem Jatinangor, Sumedang.....	51
3.	Struktur Organisasi Universitas Ma'soem Jatinangor, Sumedang	54
4.	Keadaan Tenaga Pendidik dan Tenaga Kependidikan Universitas Ma'soem Jatinangor, Sumedang.....	56
5.	Keadaan Mahasiswa Universitas Ma'soem Jatinangor, Sumedang	60
6.	Prestasi Mahasiswa Universitas Ma'soem Jatinangor, Sumedang.....	60
B.	Pembahasan Hasil Penelitian.....	62
1.	Strategi Pemasaran Word Of Mouth (WOM) melalui Media Sosial di Universitas Ma'soem Jatinangor, Sumedang.....	63
2.	Strategi Bauran Pemasaran (Marketing mix) Pendidikan di Universitas Ma'soem.....	68
3.	Faktor Penghambat dan Pendukung dalam Pelaksanaan Pemasaran Word Of Mouth (WOM) melalui media sosial di Universitas Ma'some	84
BAB V PENUTUP.....		87
A.	Kesimpulan.....	87
B.	Saran.....	88
DAFTAR PUSTAKA		89
LAMPIRAN-LAMPIRAN		86