

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