

**PENGARUH BAURAN PEMASARAN DAN KEPEMIMPINAN
KIAI TERHADAP EKSPEKTASI MASYARAKAT PADA
PONDOK PESANTREN DI KABUPATEN TAPIN**

TESIS

**Oleh:
MUHAMMAD ABDURRAHMAN NADZAR**



**UNIVERSITAS ISLAM NEGERI ANTASARI
PASCASARJANA
PROGRAM STUDI MANAJEMEN PENDIDIKAN ISLAM
BANJARMASIN
2024 M/1446 H**

**PENGARUH BAURAN PEMASARAN DAN KEPEMIMPINAN
KIAI TERHADAP EKSPEKTASI MASYARAKAT PADA
PONDOK PESANTREN DI KABUPATEN TAPIN**

TESIS

Diajukan kepada Pascasarjana UIN Antasari
Sebagai salah satu syarat untuk memperoleh gelar Magister Pendidikan

Oleh:

**MUHAMMAD ABDURRAHMAN NADZAR
NIM. 220211030071**

**UNIVERSITAS ISLAM NEGERI ANTASARI
PASCASARJANA
PROGRAM STUDI MANAJEMEN PENDIDIKAN ISLAM
BANJARMASIN
2024 M/1446 H**

PERNYATAAN KEASLIAN TULISAN

Saya yang bertanda tangan di bawah ini:

Nama : Muhammad Abdurrahman Nadzar

NIM : 220211030071

Tempat/Tanggal Lahir : Sawang, 18 Mei 1998

Jurusan/Program Studi : Manajemen Pendidikan Islam

Fakultas/Program : Pascasarjana (Magister)

menyatakan dengan sebenarnya bahwa Tesis yang berjudul,
“Pengaruh Bauran Pemasaran dan Kepemimpinan Kiai Terhadap Ekspektasi Masyarakat Pada Pondok Pesantren di Kabupaten Tapin” adalah benar-benar karya saya, kecuali kutipan yang disebut sumbernya. Apabila dikemudian hari terbukti bahwa Tesis ini bukan hasil karya asli saya atau merupakan hasil plagiasi, saya bersedia menerima sanksi akademik sesuai ketentuan yang berlaku.

Demikian surat pernyataan ini saya buat dengan sesungguhnya.

Banjarmasin, 10 Oktober 2024
Yang membuat pernyataan



Muhammad Abdurrahman Nadzar



KEMENTERIAN AGAMA REPUBLIK INDONESIA
UNIVERSITAS ISLAM NEGERI ANTASARI BANJARMASIN
UNIT PENJAMIN MUTU PASCASARJANA
SERTIFIKAT BEBAS PLAGIARISME

No: 1226/Un.14/IV/UPM-BP/10/2024

Setelah kami melakukan pengecekan dengan aplikasi drillbit pada alamat <https://www.drillbitplagiarism.com/>, dengan ini, kami nyatakan bahwa tesis yang ditulis oleh:

Nama : Muhammad Abdurrahman Nadzar
NIM : 220211030071
Jenjang/Program Studi : S2/MPI
Judul : Pengaruh Bauran Pemasaran dan Kepemimpinan Kiai terhadap Ekspektasi Masyarakat pada Pondok Pesantren di Kabupaten Tapin

tidak terindikasi plagiarisme dengan hasil kurang dari 20%. Naskah tesis yang tidak terindikasi plagiarisme tersebut harus diunggah di repository UIN Antasari di alamat <http://idr.uin-antasari.ac.id/>

Banjarmasin, 14 Oktober 2024

Mengetahui
Direktur,



Prof. Dr. H. Zulfa Jamalie, M. Pd
NIP. 197105251997031006

PERSETUJUAN TESIS

**PENGARUH BAHAN PEMASARAN DAN KEPEMIMPINAN
KIAI TERHADAP EKSPEKTASI MASYARAKAT PADA
PONDOK PESANTREN DI KABUPATEN TAPIN**

Disusun oleh:
MUHAMMAD ABDURRAHMAN NADZAR
NIM. 220211030071

Telah disetujui oleh dosen pembimbing
Untuk dapat diajukan kepada Dewan Penguji

Pembimbing I



Dr. Riinawati, M.Pd

Pembimbing II



Dr. Dina Hermina, M.Pd



PENGESAHAN TESIS

**PENGARUH BAURAN PEMASARAN DAN KEPEMIMPINAN
KIAI TERHADAP EKSPEKTASI MASYARAKAT PADA
PONDOK PESANTREN DI KABUPATEN TAPIN**

Oleh:

MUHAMMAD ABDURRAHMAN NADZAR
NIM. 220211030071

Telah Diajukan Kepada Dewan Penguji
Pada : 31 Oktober 2024

Nama	Tanda Tangan
1. Dr. Ahmad Salabi, M.Pd (Ketua/Anggota)	1. 
2. Prof. Dr. H. Suriagiri, M.Pd (Anggota)	2.
3. Dr. Riinawati, M.Pd (Anggota)	3. 
4. Adi Ansari, M.Pd.I (Anggota)	4.

Mengetahui,
Direktur Pascasarjana



Prof. Dr. H. Zulfa Zamalie, S.Ag. M.Pd
NIP. 19710525 199703 1 006

ABSTRAK

Muhammad Abdurrahman Nadzar. NIM. 220211030071. *Pengaruh Bauran Pemasaran dan Kepemimpinan Kiai Terhadap Ekspektasi Masyarakat Pada Pondok Pesantren di Kabupaten Tapin.* Pembimbing I Dr. Riinawati, M.Pd., Pembimbing II Dr. Dina Hermina, M.Pd., Pada Program Studi Manajemen Pendidikan Islam, Program Magister/Pascasarjana UIN Antasari Banjarmasin. 2024.

Kata Kunci: Bauran Pemasaran, Kepemimpinan Kiai dan Ekspektasi Masyarakat

Latar belakang dilakukan penelitian ini yaitu pemasaran pendidikan memiliki peran penting dan strategis bagi keberlangsungan dan eksistensi sebuah lembaga pendidikan, terutama lembaga pendidikan swasta yang bernaung Islam, pemasaran pendidikan harus bertitik-tolak dari kebutuhan dan keinginan konsumen (masyarakat) dengan memperkirakan sekaligus memenuhi kebutuhan dan keinginan masyarakat serta penyerahan jasa yang memuaskan secara efektif dan efisien. Tujuan pada penelitian ini yaitu untuk mengetahui pengaruh bauran pemasaran terhadap ekspektasi masyarakat, mengetahui pengaruh yang signifikan kepemimpinan kiai terhadap ekspektasi masyarakat, dan mengetahui pengaruh yang signifikan secara simultan bauran pemasaran dan kepemimpinan kiai terhadap ekspektasi masyarakat. Penelitian ini menggunakan pendekatan kuantitatif metode survei. Penelitian ini dilakukan pada MTs Assunniyyah Tambarangan dan SMP Islam Darul Muhibbien. Populasi pada penelitian ini yaitu orang tua santri pada 2 sekolah tersebut berjumlah 775 orang. Sedangkan berdasarkan populasi tersebut maka dalam pengambilan jumlah responden menggunakan rumus Slovin sehingga mendapatkan sampelnya berjumlah 264 orang. Teknik pengumpulan data yaitu menggunakan kuesioner dengan skala pengukuran yang digunakan adalah skala Likert. Teknik analisis data yaitu uji instrumen penelitian, uji prasyarat analisis dan analisis regresi linear berganda menggunakan IBM SPSS 22.

Hasil penelitian ini adalah ditemukan bahwa bauran pemasaran berpengaruh signifikan terhadap ekspektasi masyarakat pada pondok pesantren di Kabupaten Tapin, kepemimpinan kiai berpengaruh signifikan terhadap terhadap ekspektasi masyarakat pada pondok pesantren di Kabupaten Tapin, bauran pemasaran dan kepemimpinan kiai berpengaruh yang signifikan secara simultan terhadap ekspektasi masyarakat pada pondok pesantren di Kabupaten Tapin.

ABSTRACT

Muhammad Abdurrahman Nadzar. NIM. 220211030071. *The influence of Marketing Mix and Kiai Leadership on Community Expectations at Islamic Boarding Schools in Tapin Regency.* Supervisor I Dr. Riinawati, M.Pd., Supervisor II Dr. Dina Hermina, M.Pd., at the Islamic Education Management Study Program, Master / Postgraduate Program at UIN Antasari Banjarmasin. 2024.

Keywords: The Marketing Mix, The Kiai Leadership, And The Community Expectations.

The background of this research is that educational marketing has an important and strategic role for the sustainability and existence of an educational institution, especially educational institutions. Existence of an educational institution, especially a private educational institution with an Islamic education marketing must be based on the needs and desires of consumers (the community) by estimating as well as estimating the needs and needs and desires of consumers (society) by estimating while fulfilling needs and desires of the community as well as the delivery of satisfying services effectively and efficiently effective and efficient. The purpose of this study is to determine the effect of marketing mix on community expectations, to determine the significant effect of kiai leadership on community expectations, and to determine the simultaneous significant effect of marketing mix and leadership on community expectations kiai leadership on community expectations. This research uses a quantitative approach survey method. This research was conducted at MTs Assunniyyah Tambarangan and Darul Muhibbien Islamic Junior High School. The population in this study were parents of students in the 2 schools totalling 775 people. While based on this population, in taking the number of respondents using the Slovin formula so as to get a sample of 264 people. Teknik data collection is using a questionnaire with the measurement scale used is the Likert scale. Data analysis techniques are research instrument tests, prerequisite analysis tests and multiple linear regression analysis using IBM SPSS 22.

The results of this research are found that the marketing mix has a significant effect on community expectations at boarding schools in Tapin Regency, kiai leadership has a significant effect on community expectations at boarding schools in Tapin Regency, marketing mix and kiai leadership have a significant effect simultaneously on community expectations at boarding schools in Tapin Regency.

KATA PENGANTAR

بِسْمِ اللَّهِ الرَّحْمَنِ الرَّحِيمِ

الْحَمْدُ لِلَّهِ رَبِّ الْعَالَمِينَ وَالصَّلَاةُ وَالسَّلَامُ عَلَى أَشْرَفِ الْأَنْبِيَاءِ وَالْمُرْسَلِينَ سَيِّدِنَا وَمَوْلَانَا

مُحَمَّدٍ وَعَلَى آلِهِ وَصَحْبِهِ أَجْمَعِينَ، أَمَّا بَعْدُ

Puji dan Syukur penulis panjatkan kehadiran Allah Subhanallahu Ta'ala yang telah melimpahkan rahmat dan pertolongan-Nya. Sehingga penyusun dapat menyelesaikan tesis ini yang berjudul “Pengaruh Bauran Pemasaran dan Kepemimpinan Kiai Terhadap Ekspektasi Masyarakat Pada Pondok Pesantren di Kabupaten Tapin” yang disusun untuk memenuhi persyaratan dalam penyelesaian program Magister Pendidikan pada Pascasarjana UIN Antasari Banjarmasin program studi Manajemen Pendidikan Islam. Shalawat serta salam semoga selalu tercurahkan kepada Nabi Muhammad Shollallahu Alaihi Wassalam, yang telah menuntun manusia menuju jalan kebenaran.

Penulis menyadari bahwa dalam penulisan ini banyak sekali mendapat bantuan dari berbagai pihak, baik berupa bimbingan, dukungan dan motivasi sehingga menyelesaikan tesis ini. Oleh sebab itu, penulis menyampaikan terimakasih kepada:

1. Prof. Dr. H. Zulfa Jamalie, M.Pd. selaku Direktur Pascasarjana Universitas Islam Negeri Antasari Banjarmasin.
2. Dr. Wahyuddin, M. Pd.I. selaku Wakil Direktur Pascasarjana Universitas Islam Negeri Antasari Banjarmasin.

3. Ketua Program Studi Manajemen Pendidikan Islam Pascasarjana Universitas Islam Negeri Antasari Banjarmasin, bapak Dr. H. Ahmad Salabi, S.Ag., M.Pd. yang dengan senang hati meluangkan waktu untuk memberikan ilmu, bimbingan dan arahan kepada penulis dalam menyelesaikan penyusunan tesis ini, serta Sekretaris Program Studi Manajemen Pendidikan Islam, ibu Noor Hidayati, S.Pd., M.Pd. yang telah membantu dalam memberikan informasi penting selama menjalani masa perkuliahan.
4. Ibu Dr. Riinawati, M.Pd selaku Pembimbing I yang telah banyak memberikan bimbingan, masukan, dan arahan yang terbaik dalam penyusunan tesis ini.
5. Ibu Dr. Dina Hermina, M.Pd selaku Pembimbing II yang telah banyak memberikan bimbingan, masukan, dan arahan yang terbaik dalam penyusunan tesis ini.
6. Dosen-Dosen Pengajar Pascasarjana UIN Antasari, khususnya Dosen Program Studi S2 Manajemen Pendidikan Islam yang telah banyak memberikan ilmu pengetahuan dan pengalaman yang sangat bermanfaat bagi penulis selama menjalani perkuliahan dari awal hingga akhir semester.
7. Kepala Madrasah MTs Assunniyyah Tambarangan Bapak H. Fahrudin, B.Sc, atas izinnya sehingga penulis dapat melakukan riset dan pengumpulan data untuk penelitian ini.
8. Kepala Sekolah SMP Islam Darul Muhibbien Tapin Bapak Alfiyannor, A.Ma atas izinnya sehingga penulis dapat melakukan riset dan pengumpulan data untuk penelitian ini.

9. Kedua Orangtua saya yang tiada terkira kasih sayangnya, dan atas segala dukungan serta doanya
10. Sahabat-sahabat senior PMII Kota Banjarmasin yakni kanda Agustian Ramadana Putera, S.Pd, M.Pd, Muhammad Mulyadi, S.Pd, M.Pd, dan Abdur Rofiq, S.Pd, M.Pd.
11. Keluarga besar Jurusan Manajemen Pendidikan Islam tahun 2022 khususnya sahabat-sahabat seperjuangan yakni Pak Syafrial dan Muhammad Maulana yang berkenan menjadi sahabat diskusi dan tukar pikiran.
12. Semua pihak yang turut memberikan bantuan motivasi yang sangat berarti dalam penyelesaian tesis ini, baik secara langsung maupun tidak langsung.

Semoga semua bantuan yang diberikan mendapat ganjaran dan pahala yang berlipat ganda dari Allah swt. Aamiin Ya Rabbal Aalamiin.

Banjarmasin, 10 Oktober 2024



Muhammad Abdurrahman Nadzar
NIM. 220211030071

PEDOMAN TRANSLITERASI ARAB – INDONESIA

- | | | | |
|-------|------|-------|------|
| 1. ا | : A | 16. ط | : Th |
| 2. ب | : B | 17. ظ | : Zh |
| 3. ت | : T | 18. ع | : ‘ |
| 4. ث | : Ts | 19. غ | : Gh |
| 5. ج | : J | 20. ف | : F |
| 6. ح | : H | 21. ق | : Q |
| 7. خ | : Kh | 22. ك | : K |
| 8. د | : D | 23. ل | : L |
| 9. ذ | : Dz | 24. م | : M |
| 10. ر | : R | 25. ن | : N |
| 11. ز | : Z | 26. و | : W |
| 12. س | : S | 27. ه | : H |
| 13. ش | : Sy | 28. ء | : ‘ |
| 14. ص | : Sh | 29. ي | : Y |
| 15. ض | : Dh | | |

1. Vokal

Vokal dalam bahasa Arab, seperti vokal bahasa Indonesia, terdiri dari vokal tunggal atau monoftong dan vokal rangkap atau diftong. Vokal tunggal memiliki ketentuan alih aksara sebagai berikut.

Tanda Vokal Arab	Tanda Vokal Latin	Keterangan
ـَ	a	Fathah
ـِ	i	Kasrah
ـُ	u	Dhammah

Kata sandang: Contoh: (الرِّجَالُ) al-rijâl bukan ar-rijâl, (الدِّوَانُ) al-dîwân bukan ad-dîwân.

Syiddah: Misalnya, kata (الضَّرُورَةُ) tidak ditulis adh-dharûrah melainkan al-dharûrah, demikian seterusnya. Vokal rangkap memiliki ketentuan alih aksara sebagai berikut:

Tanda Vokal Arab	Tanda Vokal Latin	Keterangan
ـِـَ	ai	a dan i
ـِـُ	au	a dan u

2. Vokal Panjang

Ketentuan alih aksara vokal panjang (mad), yang dalam bahasa Arab dilambangkan dengan harakat dan huruf sebagai berikut.

Tanda Vokal Arab	Tanda Vokal Latin	Keterangan
ـًا	â	a dengan topi di atas
ـِي	î	i dengan topi di atas
ـُا	û	u dengan topi di atas

3. Kata Sandang

Kata sandang, yang dalam sistem aksara Arab dilambangkan dengan huruf, yaitu dialihaksarakan menjadi huruf /l/, baik diikuti huruf syamsiyah maupun huruf kamariah. Contoh: al-rijâl bukan ar-rijâl, al-dîwân bukan ad-dîwân.

4. Syiddah (*Tasydid*)

Syiddah atau *tasydîd* yang dalam sistem tulisan Arab dilambangkan dengan sebuah tanda (ـّ) dalam alih aksara ini dilambangkan dengan huruf, yaitu dengan menggandakan huruf yang diberi tanda *syiddah* itu. Akan tetapi, hal ini tidak berlaku jika huruf yang menerima tanda *syiddah* itu terletak setelah kata sandang yang diikuti oleh huruf-huruf syamsiyah. Misalnya, kata الضَّرَكْرَة (tidak ditulis ad-dharûrah melainkan al-dharûrah, demikian seterusnya.

5. Ta Marbûthah

Berkaitan dengan alih aksara ini, jika huruf *ta marbûthah* terdapat pada kata yang berdiri sendiri, maka huruf tersebut dialihaksarakan menjadi huruf /h/ (lihat contoh 1 di bawah). Hal yang sama juga berlaku jika *ta marbûthah* tersebut diikuti oleh kata sifat (*naʿt*) (lihat contoh 2). Namun, jika huruf *ta marbûthah* tersebut diikuti kata benda (*ism*), maka huruf tersebut dialihaksarakan menjadi huruf /t/ (lihat contoh 3)

No.	Kata Arab	Alih Aksara
1	طَرِيقَةٌ	Tharîqah
2	الْحَامِعَةُ لِإِسْلَامِيَّةٍ	Al-Jâmî'ah al-Islâmiyyah
3	وَحْدَةُ الْوُجُودِ	Wahdah al-Wujûd

6. Huruf Kapital

Meskipun dalam sistem tulisan Arab huruf kapital tidak dikenal, dalam alih aksara ini huruf kapital tersebut juga digunakan, dengan mengikuti ketentuan yang berlaku dalam ejaan Bahasa Indonesia, antara lain untuk menuliskan permulaan kalimat, huruf awal nama tempat, nama bulan, nama diri, dan lain-lain. Jika nama diri didahului oleh kata sandang, maka yang ditulis dengan huruf kapital tetap huruf awal nama diri tersebut, bukan huruf awal atau kata sandangnya. Contoh: al-Ghazali bukan Al-Ghazali, al-Banjari bukan Al-Banjari. Beberapa ketentuan lain dalam Pedoman Umum Ejaan Bahasa Indonesia (PUEBI) sebetulnya juga dapat diterapkan dalam alih aksara ini, misalnya ketentuan mengenai huruf cetak miring (*italic*) atau cetak tebal (*bold*). Jika menurut PUEBI, judul buku itu ditulis dengan cetak miring, maka demikian halnya dalam alih aksaranya, demikian seterusnya. Berkaitan dengan penulisan nama, untuk nama-nama tokoh yang berasal dari Nusantara sendiri, disarankan tidak dialihaksarakan meskipun akar katanya berasal dari bahasa Arab. Misalnya ditulis Abdussamad al-Palimbani, tidak ‘Abd al-Samad al-Palimbânî; Nuruddin al-Raniri, tidak Nûr al-Dîn al-Rânîrî.

7. Cara Penulisan Kata

Setiap kata, baik kata kerja (*fi‘l*), kata benda (*ism*), maupun huruf (*harf*) ditulis secara terpisah. Berikut adalah beberapa contoh alih aksara atas kalimat-kalimat dalam Bahasa Arab.

Aksara Arab	Alih Aksara
ذَهَبَ الْأُسْتَاذُ	Dzahaba al-ustadzu
تَبَيَّنَ الْأَجْرُ	Tsabata al-ajru
الْحَرَكَةُ الْعَصْرِيَّةُ	Al-harakah al-ashriyyah
أَشْهَدُ أَنْ لَا إِلَهَ إِلَّا اللَّهُ	Asyhadu an la ilaha illa Allah
مَوْلَانَا مَلِكُ الصَّالِحِ	Mawlana Malik al-shalih
يُؤْتِرُكُمْ اللَّهُ	Yu'tsirukum Allah
الْمَظَاهِرُ الْعَقْلِيَّةُ	Al – mazhahir al-‘aqliyyah
حُبُّ الْإِسْتِثْلَاعِ	Hub Al-istithla
الْمَادَّةُ الْمَصْنُوعَةُ مِنَ الْحَيَوَانَ	Al-maddah al-mashnu'ah min al-hayawan
طَرْفُ الْعَيْنِ	Tharf al-‘ayni
الْمُسَاهَمَةُ	Al-musahamah
مَنْ سَلَكَ طَرِيقًا	Man salaka tharqan

DAFTAR ISI

HALAMAN SAMPUL	i
HALAMAN JUDUL	ii
SURAT PERNYATAAN KEASLIAN TULISAN	iii
BUKTI BEBAS PLAGIASI	iv
PERSETUJUAN TESIS.....	v
PENGESAHAN TESIS	vi
ABSTRAK.....	vii
KATA PENGANTAR.....	viii
DAFTAR ISI	ix
DAFTAR TABEL	x
DAFTAR DIAGRAM.....	xi
DAFTAR LAMPIRAN.....	xii
BAB I PENDAHULUAN	1
A. Latar Belakang Masalah	1
B. Rumusan Masalah	13
C. Tujuan Penelitian.....	13
D. Signifikansi Penelitian	13
E. Asumsi Dasar dan Hipotesis Penelitian	14
F. Definisi Operasional	15
G. Penelitian Terdahulu.....	16
BAB II KAJIAN TEORI DAN KERANGKA PIKIR	21
A. Kajian Teori	21
1. Bauran Pemasaran	21
a. Pengertian Bauran Pemasaran	21
b. Konsep Bauran Pemasaran	23
2. Kepemimpinan.....	29
a. Pengertian Kepemimpinan	29
b. Dasar Kepemimpinan	34
c. Fungsi Kepemimpinan	37
d. Model Kepemimpinan.....	38
3. Ekspektasi Masyarakat.....	47
a. Konsep Harapan Hasil.....	48
b. Konsep Valensi	48
c. Konsep Perantaraan.....	48
B. Kerangka Pikir.....	53
BAB III METODE PENELITIAN.....	54
A. Jenis dan Pendekatan Penelitian.....	54
B. Lokasi Penelitian	54
C. Populasi dan Sampel.....	55

D. Data dan Sumber Data	57
E. Teknik Pengumpulan Data.....	62
F. Desain Pengukuran.....	63
G. Teknik Analisis Data	63
BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN.....	70
A. Gambaran Umum Hasil Penelitian.....	70
B. Penyajian Data Penelitian	82
C. Hasil Penelitian	95
D. Pembahasan Penelitian	115
BAB V PENUTUP	124
A. Simpulan	124
B. Saran	125
BAB V DAFTAR PUSTAKA.....	127
LAMPIRAN	133

DAFTAR TABEL

No.	Halaman
3.1	Rekapitulasi Jumlah Populasi 29
3.2	Matriks Operasional Variabel Penelitian 30
3.3	Kriteria Skor Jawaban Angket 34
4.1	Fasilitas MTs Assunniyyah Tambarangan Kabupaten Tapin 44
4.2	Jumlah Santri MTs Assunniyyah Tambarangan Kabupaten Tapin 45
4.3	Jumlah Guru MTs Assunniyyah Tambarangan Kabupaten Tapin 45
4.4	Fasilitas SMP Islam Darul Muhibbien Kabupaten Tapin 49
4.5	Jumlah Santri SMP Islam Darul Muhibbien Kabupaten Tapin 50
4.6	Jumlah Guru SMP Islam Darul Muhibbien Kabupaten Tapin 50
4.7	Uji Validitas dan Realibilitas Angket 65
4.8	Uji Normalitas Metode <i>Kolmogorov-Smirnov</i> 69
4.9	Uji Lineritas antara X_1 dengan Y 70
4.10	Uji Lineritas antara X_2 dengan Y 70
4.11	Uji Multikolinearitas Bauran Pemasaran (X_1) dan Kepemimpinan Kiai (X_2) 71
4.12	Uji Heterokedasitas Metode Glejser 74
4.13	Uji-t Bauran Pemasaran Terhadap Kepemimpinan Kiai 74
4.14	Uji-t Bauran Pemasaran Terhadap Ekspektasi Masyarakat 75
4.15	Uji-t Kepemimpinan Kiai Terhadap Ekspektasi Masyarakat 76
4.16	Uji-t Bauran Pemasaran dan Kepemimpinan Kiai Terhadap Ekspektasi Masyarakat 76
4.17	Uji-F Bauran Pemasaran dan Kepemimpinan Kiai Terhadap Ekspektasi Masyarakat 77
4.18	Hasil Uji Determinasi X_1 Terhadap X_2 78
4.19	Hasil Uji Determinasi X_1 Terhadap Y 79
4.20	Hasil Uji Determinasi X_2 Terhadap Y 79

4.21 Hasil Uji Determinasi X_1 dan X_2 Terhadap Y	80
4.22 Nilai Koefisien Beta Pada X_1 Terhadap X_2	81
4.23 Nilai Koefisien Beta Pada X_1 dan X_2 Terhadap Y	82

DAFTAR DIAGRAM

No.	Halaman
4.1	Data Sampel Penelitian Berdasarkan Sekolah..... 51
4.2	Data Penyebaran Responden Tiap Sekolah..... 52
4.3	Distribusi Frekuensi Jawaban X_1 : <i>Product</i> 53
4.4	Distribusi Frekuensi Jawaban X_1 : <i>Price</i> 53
4.5	Distribusi Frekuensi Jawaban X_1 : <i>Promotion</i> 54
4.6	Distribusi Frekuensi Jawaban X_1 : <i>Place</i> 55
4.7	Hasil Distribusi Frekuensi Bauran Pemasaran 56
4.8	Distribusi Frekuensi Jawaban X_2 : Membimbing 57
4.9	Distribusi Frekuensi Jawaban X_2 : Mengarahkan..... 57
4.10	Distribusi Frekuensi Jawaban X_2 : Mendorong 58
4.11	Distribusi Frekuensi Jawaban X_2 : Menggerakkan 59
4.12	Hasil Distribusi Frekuensi Kepemimpinan Kiai..... 60
4.13	Distribusi Frekuensi Jawaban Y : Harapan 61
4.14	Distribusi Frekuensi Jawaban Y : Valensi 62
4.15	Distribusi Frekuensi Jawaban Y : Perantaraan 63
4.16	Hasil Distribusi Frekuensi Ekspektasi Masyarakat 64

DAFTAR LAMPIRAN

No.	Halaman
1	Daftar Terjemah..... 97
2	Instrumen Pengumpulan Data..... 98
3	Surat Riset 103
4	Surat Selesai Riset..... 104
5	Buku Bimbingan Skripsi 106
6	Dokumentasi Penelitian..... 107
7	Riwayat Hidup Penulis 108