

## 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.