



Yenti Sumarni, MM.

Yunida Een Fryanti, M.Si.

Idwal B, MA.

MARKETING PERGURUAN TINGGI

SYNERGY KNOWLEDGE QUALITY DAN SPIRITUAL NETWORK AGILITY

Editor:
Eka Sri Wahyuni, MM.

dan dengan hak cipta

MARKETING

PERGURUAN TINGGI

**SYNERGY KNOWLEDGE QUALITY
DAN SPIRITUAL NETWORK AGILITY**

Penulis:

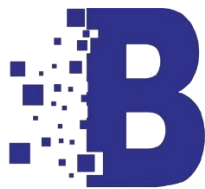
Yenti Sumarni, MM.

Yunida Een Fryanti, M.Si.

Idwal B, MA.

Editor:

Eka Sri Wahyuni, MM.

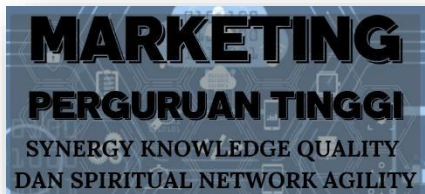


CV BRIMEDIA GLOBAL

Sanksi Pelanggaran Pasal 113

Undang-Undang No. 28 Tahun 2014 Tentang Hak Cipta

- I. Setiap Orang yang dengan tanpa hak melakukan pelanggaran hak ekonomi sebagaimana dimaksud dalam Pasal 9 ayat (1) huruf i untuk Penggunaan Secara Komersial dipidana dengan pidana penjara paling lama 1 (satu) tahun dan/atau pidana denda paling banyak Rp 100.000.000 (seratus juta rupiah).
- II. Setiap Orang yang dengan tanpa hak dan/atau tanpa izin Pencipta atau pemegang Hak Cipta melakukan pelanggaran hak ekonomi Pencipta sebagaimana dimaksud dalam Pasal 9 ayat (1) huruf c, huruf d, huruf f, dan/atau huruf h untuk Penggunaan Secara Komersial dipidana dengan pidana penjara paling lama 3 (tiga) tahun dan/atau pidana denda paling banyak Rp 500.000.000,00 (lima ratus juta rupiah).
- III. Setiap Orang yang dengan tanpa hak dan/atau tanpa izin Pencipta atau pemegang Hak Cipta melakukan pelanggaran hak ekonomi Pencipta sebagaimana dimaksud dalam Pasal 9 ayat (1) huruf a, huruf b, huruf e, dan/atau huruf g untuk Penggunaan Secara Komersial dipidana dengan pidana penjara paling lama 4 (empat) tahun dan/atau pidana denda paling banyak Rp 1.000.000.000,00 (satu miliar rupiah).
- IV. Setiap Orang yang memenuhi unsur sebagaimana dimaksud pada ayat (3) yang dilakukan dalam bentuk pembajakan, dipidana dengan pidana penjara paling lama 10 (sepuluh) tahun dan/atau pidana denda paling banyak Rp 4.000.000.000,00 (empat miliar rupiah)



Maret-2025

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

184hlm: 18,5X25,7cm

ISBN

978-623-8527-72-4

Penulis:

Yenti Sumarni, MM.

Yunida Een Fryanti, M.Si.

Idwal B, MA.

Editor:

Eka Sri Wahyuni, MM.

Penerbit:

CV Brimedia Global

Redaksi:

Perum Bukit Timur

Jl. Timur Indah Ujung gang TPU

No.38 Kota Bengkulu. Telp: (0736) 23526

Whatsapp: 0896-3301-4662

Email: cvbrimedia03@gmail.com

Instagram/Facebook/Shopee: Brimedia Global

Anggota IKAPI

Bengkulu: No.006/Bengkulu/2020

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang dilarang keras memperbanyak, memfotocopy sebagian atau seluruh isi buku ini, serta memperjual belikannya tanpa mendapat izin tertulis dari Penerbit Brimedia Global.

PRAKATA

Dengan mengucapkan syukur kepada Allah SWT, buku ini dapat terselesaikan dengan baik. Buku ini hadir sebagai upaya untuk memberikan wawasan yang lebih mendalam mengenai Marketing Performance Perguruan Tinggi khususnya dalam konteks Synergy Knowledge Quality dan Spiritual Network Agility yang mendasari penulisan buku ini.

Dalam proses penyusunan buku ini, berbagai sumber literatur, penelitian terdahulu, serta perspektif keilmuan telah dikaji secara mendalam guna memastikan bahwa pembahasan yang disajikan memiliki landasan teori yang kuat dan relevan dengan perkembangan keilmuan saat ini.

Kami berharap buku ini dapat menjadi referensi yang bermanfaat serta memberikan pemahaman yang lebih luas bagi pembaca dalam mengembangkan wawasan dan penerapan ilmu pengetahuan di bidangnya masing-masing.

Kami menyadari bahwa dalam penyusunan buku ini masih terdapat berbagai kekurangan. Oleh karena itu, kritik dan saran yang konstruktif dari para pembaca sangat kami harapkan guna penyempurnaan edisi mendatang. Semoga buku ini dapat memberikan manfaat serta menjadi inspirasi bagi pengembangan ilmu dan praktik di bidang yang dibahas.

Akhir kata, kami mengucapkan terima kasih kepada semua pihak yang telah memberikan dukungan, baik secara langsung maupun tidak langsung, dalam penyelesaian buku ini. Semoga usaha ini menjadi bagian dari upaya pengembangan ilmu pengetahuan yang bermanfaat bagi banyak pihak.

Bengkulu Maret 2025

Penulis

DAFTAR ISI

Halaman Sampul	i
Prakata	iii
Daftar Isi	iv

BAB I Marketing Jasa Pendidikan

1.1 Konsep Pemasaran Jasa	1
1.2 Pendidikan Sebagai Layanan Publik.....	7
1.3 Bauran Pemasaran Jasa Pendidikan	10
1.4 Perilaku Pelanggan Pendidikan.....	26

BAB II Marketing Performance

2.1 Tinjauan Teoritis <i>Marketing Performance</i>	32
2.2 Tujuan dan Fungsi Pengukuran <i>Marketing Performance</i>	37
2.3 Pengukuran Marketing Performance	42

BAB III Resources Based View Dalam Marketing

3.1 Tinjauan Teoritis Resources Based View.....	49
3.2 Model Resources Based View dalam Ilmu Manajemen.....	61
3.3 Resources Based View dengan Pendekatan Network	65
3.4 Analisis Model Resources Based View	67
3.5 Resources Based View dalam Marketing.....	71

BAB IV Organizational Agility Dalam Marketing

4.1 Tinjauan Teoritis Organizational Agility.....	73
4.2 Konseptual Model Organizational Agility	77
4.3 Partnership Organizational Agility.....	85
4.4 Organizational Agility dalam Pendekatan Pemasaran.....	89

BAB V Islamic Value dalam Marketing

5.1 Konsep Islamic Value	90
5.2 Bentuk Nilai-nilai Islam.....	92

5.3 Islamic Value dengan Pendekatan Network.....	94
5.4 Islamic Value dengan Pendekatan Pemasaran.....	96
5.5 Islamic Value dalam Pemasaran Perguruan Tinggi.....	104

BAB VI Knowledge Quality dalam Marketing

6.1 Konsep Kualitas Pengetahuan.....	105
6.2 Knowledge Quality.....	106
6.3 Knowledge Intristic Quality.....	109
6.4 Knowledge context Quality	111
6.5 Knowledge Follow Up Quality.....	114

BAB VII Spiritual Network Agility dalam Marketing

7.1 Tinjauan Teoritis Spiritual Network Agility.....	119
7.2 Spiritual Network Agility Pendekatan Pemasaran	123
7.3 Implementasi dalam Konteks Pemasaran Perguruan Tinggi.....	126

BAB VIII Model Peningkatan Marketing Performance Perguruan Tinggi

8.1 Kontribusi Organizational Ability.....	129
8.2 Kontribusi Resource Based View Theory	130
8.3 Kontribusi Knowledge Quality terhadap Marketing Performance	131
8.4 Kontribusi Intrinsic Knowledge Quality pada Spiritual Network	132
8.5 Kontribusi Knowledge Context Quality pada Spiritual Network.....	135
8.6 Kontribusi Follow Up Quality pada Spiritual Network	138
8.7 Kontribusi Penelitian pada Marketing Performance	140
8.8 Kontribusi Penelitian pada Spiritual Network Agility	142

Daftar Pustaka	145
-----------------------------	------------