

DAFTAR PUSTAKA

- Adelia, Y., & Zainarti, N. 2. (2023). Strategi Pemasaran Produk Takaful Dana Pendidikan (Fulnadi) pada PT Asuransi. *Jurnal Ilmu Komputer, Ekonomi Dan Manajemen (JIKEM)*, 3(1), 1176–1226. <http://www.bni.co.id/>
- Agustiana, M. E. M., Rahayu, M. J., & Rini, E. F. (2023). Pengaruh sistem zonasi sekolah terhadap pemanfaatan fasilitas pendukung di sekitar SMAN 1 dan SMAN 2 Surakarta. *Region : Jurnal Pembangunan Wilayah Dan Perencanaan Partisipatif*, 18(2), 318. <https://doi.org/10.20961/region.v18i2.53609>
- Aisyah, S., Sari, M. I., Hermawan, H., & Muhammadiyah Jember, U. (2022). TERHADAP KEPUASAN KONSUMEN PADA BADAN USAHA MILIK DESA KARYA MANDIRI DESA BALUNG KULON. In *BUDGETING: Journal of Business, Management and Accounting* (Vol. 3, Issue 1).
- Alita, D., Putra, A. D., & Darwis, D. (2021). Analysis of classic assumption test and multiple linear regression coefficient test for employee structural office recommendation. *IJCCS (Indonesian Journal of Computing and Cybernetics Systems)*, 15(3), 295. <https://doi.org/10.22146/ijccs.65586>
- Alpian, D. R., & Rokhaminawanti, E. (2023). ANALISIS PERILAKU KONSUMEN TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN PRODUK PAKAIAN PADA UMKM BROY. *All Science Journals*, 2(2), 147–159.
- Amelia, N., Yuni Dharta, F., & Arindawati, W. A. (2023). *PEMASARAN MEMOPRO WEDDING ORGANIZER DALAM MENINGKATKAN KONSUMEN MEMOPRO*. 4(1).
- Antika, S., Sari, L. P., & Minullah. (2023). ANALISIS HARGA DAN KUALITAS PELAYANAN TERHADAP KEPUASAN KONSUMEN MELALUI KEPUTUSAN PEMBELIAN SEBAGAI VARIABEL INTERVENING PADA WAROENG JMK (JEMBATAN MERAH KLATAKAN) DI SITUBONDO. *Jurnal Mahasiswa Entrepreneur (JME)*, 2(5), 891–907.
- Aprilianti, P., Sutrisna, A., & Lestari, S. P. (2023). *Pengaruh Positioning Dan Lokasi Terhadap Keputusan Pembelian (Survei Pada Konsumen Kedai Caffee Wartel)*. 2(3).
- Arthur, K. M., Asmara, A., & Simanjuntak, M. (2019). THE EFFECT OF MARKETING MIX ON “KPR XTRA BEBAS” DECISION MAKING IN BANK X REGIONAL I. In *Journal of Consumer Sciences E* (Vol. 04, Issue 01).
- Ashshidqi, A., & Kusuma, Y. B. (2023). The Influence Of The Marketing Mix On The Purchase Decisions Of High School Students And Alumni In Sidoarjo For Delta Learning Guidance Services. *Management Studies and Entrepreneurship Journal*, 4(4), 4210–4223. <http://journal.yrpiiku.com/index.php/msej>

- Astivia, O. L. O., & Zumbo, B. D. (2019). Heteroskedasticity in Multiple Regression Analysis: What it is, How to Detect it and How to Solve it with Applications in R SPSS. *Practical Assessment, Research, and Evaluation*, 24. <https://doi.org/10.7275/q5xr-fr95>
- Astuti, A. D. (2020). Fasilitas, Harga, Kualitas Pendidikan, Dan Lokasi Sebagai Determinan Keputusan Siswa Memilih Jasa Pendidikan Di SMK Muhammadiyah Imogiri (Studi Kasus Pada Jurusan Tata Busana). *Jurnal Administrasi Dan Manajemen*, 10(2), 134–140. <http://ejournal.urindo.ac.id/index.php/administrasimanajemen/index>
- Augustinah, F., Widayati, & Bisnis, A. (2019). PEMANFAATAN MEDIA SOSIAL SEBAGAI SARANA PROMOSI MAKANAN RINGAN KRIPIK SINGKONG DI KABUPATEN SAMPANG. *Jurnal Dialektika*, 4(2).
- Barkah, G. S. (2023). Analisis Iklan Energen (Aktif Setiap Hari) 2022 Menggunakan Teori Roland Barthes. *Seminar Nasional Desain Dan Media*, 1165–1170.
- Basyit, A., Sutikno, B., Dwiharto, J., Kunci, K., Pendidikan, T., Kerja, P., Karyawan, K., & Linier Berganda, R. (2020). PENGARUH TINGKAT PENDIDIKAN DAN PENGALAMAN KERJA TERHADAP KINERJA KARYAWAN. *Jurnal EMA - Ekonomi*, 5(1), 12–20.
- batam.go.id. (2022). *DAFTAR ALAMAT SMP SWASTA SE KOTA BATAM*.
<https://Disdik.Batam.Go.Id/Wp-Content/Uploads/Sites/28/2022/11/DATA-SWASTA-2.Pdf> SEKOLAH-SMP-SWASTA-2.Pdf.
- Budiyatmo, B., & Iriani, A. (2022). Membangun Citra Sekolah Berdasarkan Marketing Mix untuk Meningkatkan Jumlah Peserta Didik. *Kelola Jurnal Manajemen Pendidikan*, 9(2), 238–252.
- Buulolo, M., & Susanto, D. (2022). PENGARUH STRATEGI PEMASARAN TERHADAP PENINGKATAN VOLUME PENJUALAN PADA UD. NETRAL DI BAWO'OTALUA KECAMATAN LAHUSA KABUPATEN NIAS SELATAN. *AKDBB Journal of Economics and Business (AJEB)*, 1(1), 1–10.
- Cardia, D. I. N. R., Santika, I. W., & Respati, N. N. R. (2019). PENGARUH KUALITAS PRODUK, HARGA, DAN PROMOSI TERHADAP LOYALITAS PELANGGAN. *E-Jurnal Manajemen Universitas Udayana*, 8(11), 6762. <https://doi.org/10.24843/ejmunud.2019.v08.i11.p19>
- Chaffey, D., & Ellis-Chadwick, F. (2022). *DIGITAL MARKETING* (8th ed.). Pearson. www.pearson.com/uk
- Chairiyaton, & Verawati, N. (2019). PENGARUH BAURAN PEMASARAN JASA TERHADAP KEPUTUSAN MEMILIH PADA MAHASISWA SEKOLAH TINGGI ILMU MANAJEMEN INDONESIA (STIMI)-MEULABOH. *Jurnal Bisnis Dan Kajian Strategi Manajemen*, 3(1), 34–48.

- Chicco, D., Warrens, M. J., & Jurman, G. (2021). The coefficient of determination R- squared is more informative than SMAPE, MAE, MAPE, MSE and RMSE in regression analysis evaluation. *PeerJ Computer Science*, 7, e623. <https://doi.org/10.7717/peerj-cs.623>
- Choirunnisa, N., & Palupiningtyas, D. (2023). *Strategi Sukses Menarik Tamu untuk Menginap di Hotel*.
- Chrysnaputra, R. D., & Mulyani, S. (2019). SERVICE MARKETING MIX DAN RELATIONSHIP MARKETING SEBAGAI PENDEKATAN DALAM MENENTUKAN LOYALITAS NASABAH PENABUNG BANK SYARIAH (Studi pada Bank Syariah Umum BUMN di Kota Malang). *Al-Iqtishod : Jurnal Ekonomi Syariah* , 2(1), 103–122. <http://ejournal.iaiskjmalang.ac.id|103>
- dapo.kemdikbud.go.id/. (2023). *Data Sekolah Semester 2022/2023 Genap*.
<https://Dapo.Kemdikbud.Go.Id/Sp/2/316000>. <https://dapo.kemdikbud.go.id/sp/2/316000>, (2023)
- Dayat, M. (2019). STRATEGI PEMASARAN DAN OPTIMALISASI BAURAN PEMASARAN DALAM MEREKUT CALON KONSUMEN JASA PENDIDIKAN. *Jurnal Mu'allim*, 1(2), 299–318.
- Effendi, M. (2021). Pengembangan Sumber Daya Manusia dalam Meningkatkan Citra Lembaga di Lembaga Pendidikan Islam. *Southeast Asian Journal of Islamic Education Management*, 2(1), 39–51. <https://doi.org/10.21154/sajiem.v2i1.40>
- Fadillah, S. M., & Rahim, A. (2021). FAKTOR-FAKTOR PENDUKUNG KEPUTUSAN ORANG TUA MENYEKOLAHKAN ANAK DI MADRASAH IBTIDAIYAH RAUDLATUL MUTTAALLIMIN DARUL ABROR BEKASI TAHUN 2019. *Journal of Educational and Language Research*, 1(12), 2021–2045.
- Fanggidae, P. Y., & Juniarto, A. (2023). KAJIAN TENTANG KUALITAS PELAYANAN, KEPUASANDANCITRA PERGURUAN TINGGI (STUDI KASUS PADA UNIVERSITAS XYZ). *JIMEA | Jurnal Ilmiah MEA (Manajemen, Ekonomi, Dan Akuntansi)*, 7(3), 1072–1098.
- Fauzi, A. (2020). *ANALISIS BIAYA MUTU DALAM MENINGKATKAN DAYA SAING PENDIDIKAN* (Vol. 1, Issue 1). <https://ejournal.unuja.ac.id/index.php/jumpa>
- Feriyanto, W., Trisna Negara, S., Timur, O., & Selatan, S. (2018). PROMOSI DAN PENGARUHNYA TERHADAP TERHADAP ANIMO CALON MAHASISWA BARU DALAM MEMILIH PERGURUAN TINGGI SWASTA. *Jurnal Aktual STIE Trisna Negara*, 16(1), 21–27.
- Firmansyah, R., Palupi, R. D., Kafrawi, S., Susilowati, N., & Susanti, A. P. (2022). PENENTUAN BIAYA PENDIDIKAN SISWA SD LABSCHOOL UNNES MELALUI

ACTIVITY BASED COSTING. *JURNAL ILMIAH MANAJEMEN BISNIS DAN INOVASI UNIVERSITAS SAM RATULANGI*, 9(2), 562–573.

Fitriana, & Agustin, N. (2021). The Effect of Learning Quality, Service Quality, and Promotion on Decision to Choose School at SDIT Mutiara Rahmah Balikpapan. *International Journal of Entrepreneurship and Business Development*, 4(5), 721– 726.

Garaika, & Feriyan, W. (2018). PROMOSI DAN PENGARUHNYA TERHADAP TERHADAP ANIMO CALON MAHASISWA BARU DALAM MEMILIH PERGURUAN TINGGI SWASTA. *Jurnal Aktual STIE Trisna Negara*, 16(1), 21– 27.

Hananto, S., & Murtafiah, N. H. (2022). STRATEGI MANAJEMEN PEMASARAN

PENDIDIKAN MADRASAH. *Jurnal An-Nur: Kajian Pendidikan Dan Ilmu Keislaman*, 8(2), 182–200.

Harahap, D. A., Amanah, D., Gunarto, M., & Purwanto. (2021). THE DECISION OF CHOOSING A UNIVERSITY: THE IMPACT OF EDUCATION COSTS.

JIMUPB Jurnal Ilmiah Manajemen, 9(2), 123–127.
<https://doi.org/https://doi.org/10.33884/jimupb.v9i2.3712>

Hedy, R., & Budiarti, S. (2023). Manajemen Pemasaran Global Dalam Meningkatkan Kepuasan Konsumen dan Keberhasilan Bisnis. *COOPETITION Jurnal Ilmiah Manajemen*, 14(2), 2023–2405.

Hidayat, G., & Margono, H. (2023). ANALISIS KURIKULUM, FASILITAS, DAN BIAYA DALAM KEPUTUSAN MEMILIH SEKOLAH PENDIDIKAN FORMAL DAN BRAND ACTIVATION SEBAGAI VARIABEL MODERATING (STUDI PADA SEKOLAH DASAR AN NAHL ISLAMIC SCHOOL DI CIANGSANA, KAB. BOGOR). *Journal of Economics and Business UBS*, 12(5), 3207–3223.

Hidayati, S. (2022). PENGARUH BAURAN PEMASARAN TERHADAP KEPUTUSAN SISWA-SISWI MEMILIH SEKOLAH DI MADRASAH ALIYAH NEGERI 1 BANJAR. *Kindai*, 18(2), 245–258.

Hidayat, N., Rismawati, & Kawiana, I. G. P. (2021). The Role of Marketing Mix on Parents' Decisions to Choose a Junior High School Boarding School through Word of Mouth. *Webology*, 18(Special Issue), 843–862. <https://doi.org/10.14704/WEB/V18SI04/WEB18169>

Imanda, E. T., Kodyat, A. G., & Windiyaningsih, C. (2023). Pengaruh Bauran Pemasaran Terhadap Keputusan Memilih Pelayanan Pada Pasien Umum Rawat Jalan RS Sari Asih Karawaci. *Jurnal Manajemen Dan Administrasi Rumah Sakit Indonesia (MARS)* , 7(4), 398–408.

Indah Permata, A., Abidin, S., & Kurnia, R. (2023). *Pemanfaatan Media Relations PT Universal Karya Mandiri Dalam Meningkatkan Citra Perusahaan* (Vol. 15).

- I, Rr. H. E., Sumastuti, E., & Hasan, F. (2019). FAKTOR-FAKTOR YANG MEMPENGARUHI MINAT ORANG TUA DALAM MEMILIH SEKOLAH MENENGAH KEJURUAN NEGERI 2 SEMARANG Info Artikel. *STABILITY Journal of Management & Business*, 2(1), 1–13.
- Ittihad, I. (2023). Kebijakan Sertifikasi Guru dan Kendalanya dalam Meningkatkan Profesionalisme di MA Syaikh Zainuddin NW Anjani Lombok Timur. *PALAPA*, 11(1), 1–10. <https://doi.org/10.36088/palapa.v11i1.2323>
- Junanah. (2022). *MANAJEMEN STRES, FRUSTASI, KEJENUHAN MAHASISWA SELAMA PEMBELAJARAN DARING*. Indonesia Imaji.
- Khoirotunnisa, A. U. (2023). MENCIPTAKAN LINGKUNGAN BELAJAR YANG MERANGSANG DAN INOVATIF. In *REVOLUSI BELAJAR DI ERA DIGITAL*.
- Kholik, A., & Laeli, S. (2020). Keunggulan Bersaing Berkelanjutan Sekolah Alam Berbasis Model Resource-Based View. *TADBIR MUWAHHID*, 4(1), 73. <https://doi.org/10.30997/jtm.v4i1.2540>
- Kotler, P., Armstrong, G., & Balasubramanian, S. (2023). *GLOBAL EDITION Principles of Marketing NINETEENTH EDITION* (19th ed.). Pearson Education Limited.
- Kotler, P. T., & Armstrong, G. (2017). *Principles of Marketing, 17th Global Edition* (17th ed.). Pearson.
- Krisbiyanto, A., & Nadhifah, I. (2022). Pengaruh Lokasi dan Citra Sekolah Terhadap Keputusan Siswa Memilih Sekolah di Sekolah Menengah Atas Negeri. *Academicus: Journal of Teaching and Learning*, 1(1), 20–31. <http://academicus.pdtii.org/index.php/acad/index>
- Kumbara, V. B. (2021). DETERMINASI NILAI PELANGGAN DAN KEPUTUSAN PEMBELIAN: ANALISIS KUALITAS PRODUK, DESAIN PRODUK DAN ENDORSE. *JIMT JURNAL ILMU MANAJEMEN TERAPAN*, 2(5), 604–630.
- Kurniawan, I. S., & Wijayanti, M. (2021). Meningkatkan Kinerja Karyawan: Peran Komunikasi, Motivasi Kerja, dan Lingkungan Kerja pada Rumah Makan Candisari Kebumen. *Jurnal Pendidikan Tambusai*, 5(3), 10348–10357.
- Kusnadi, I. (2022). PEMBELAJARAN INOVATIF PENDIDIKAN AGAMA ISLAM MELALUI MEDIA POWERPOINT DI SD MUHAMMADIYAH 1 KOTA BLITAR. *HUMANTECH JURNAL ILMIAH MULTI DISIPLIN INDONESIA*, 1(11), 1574–1583.
- Leindarita, B. (2022). PENGARUH BAURAN PEMASARAN 7P TERHADAP KEPUTUSAN ORANG TUA DALAM MEMILIH RUMAH TAHFIDZ QUR'AN. *Jurnal Inovasi Penelitian*, 2(10), 3589–3598.
- Lupiyoadi, R., & Hamdani, D. A. (2017). *Manajemen Pemasaran Jasa* (2nd ed.). Salemba Empat.

- Maisah, Mahdayeni, Maryam, & Alhaddad, M. R. A. (2020). PENERAPAN 7P SEBAGAI STRATEGI PEMASARAN PENDIDIKAN TINGGI. *JEMSI Jurnal Ekonomi Dan Manajemen Sistem Informasi*, 1(4), 325–333.
- Manggu, B., & Beni, S. (2021). ANALISIS PENERAPAN SEGMENTASI, TARGETING, POSITIONING (STP) DAN PROMOSI PEMASARAN SEBAGAI SOLUSI MENINGKATKAN PERKEMBANGAN UMKM KOTA BENGKAYANG. *Sebatik*, 25(1), 27–34. <https://doi.org/10.46984/sebatik.v25i1.1146>
- Masnawati, E., & Darmawan, D. (2023). Pengaruh Lokasi, Akreditasi dan Biaya Kuliah terhadap Niat Memilih Perguruan Tinggi Swasta di Surabaya. *Journal on Education*, 06(01), 1326–1336.
- Maulana, S., Ibrahim, T., & Khoeruddin, H. (2022). PEMASARAN MADRASAH HUBUNGANNYA DENGAN JUMLAH PESERTA DIDIK BARU. *Jurnal Isema: Islamic Educational Management*, 7(1), 13–24. <https://doi.org/10.15575/isema.v7i1.13773>
- Mohamad, R., & Rahim, E. (2021). STRATEGI BAURAN PEMASARAN (MARKETING MIX) DALAM PERSPEKTIF SYARIAH. *Mutawazin (Jurnal Ekonomi Syariah IAIN Sultan Amai Gorontalo)*, 2(1), 15–26.
- Mukhlis, I. R., Ratnawita, Oktaviani, D., Solihin, D. A., Agustiani, I. N., Akrom, N. K., Mardiana, S., & Riana, N. (2023). *DIGITAL MARKETING STRATEGY* (1st ed.). PT. Sonpedia Publishing Indonesia. <https://www.researchgate.net/publication/374912503>
- Mukmin, B. (2020). MANAJEMEN PEMASARAN JASA SEKOLAH DASAR TERPADU. *Jurnal Isema : Islamic Educational Management*, 5(1), 97–112. <https://doi.org/10.15575/isema.v5i1.6076>
- Mulyani, H., Khoiruddin, H., & Hasanah, M. (2022). PENGARUH BAURAN PEMASARAN TERHADAP KEPUTUSAN SISWA BERSEKOLAH DI SEKOLAH ISLAM TERPADU. *Jurnal Isema : Islamic Educational Management*, 7(2), 153–162. <https://doi.org/10.15575/isema.v7i2.21610>
- Munir, M. (2020). Kepuasan Pelanggan Dan Pemilihan Jasa Pendidikan. *INTIZAM: Jurnal Manajemen Pendidikan Islam*, 3(2), 46–66.
- Murniati, N., & Syafira, B. N. (2023). GAMBARAN KEPUASAN DAN LOYALITAS PASIEN TERHADAP BAURAN PEMASARAN RUMAH SAKIT ABC. *Jurnal Administrasi Bisnis Terapan*, 5(2), 82–45. <https://doi.org/10.7454/jabt.v5i2.1078>
- Muskania, R., & Zulela MS. (2021). Realita Transformasi Digital Pendidikan di Sekolah Dasar Selama Pandemi Covid-19. *JURNAL PENDIDIKAN DASAR NUSANTARA*, 6(2), 155–165. <https://doi.org/10.29407/jpdn.v6i2.15298>

- Nainggolan, E., & Situmorang, I. R. (2023). PENGARUH EMPATI DAN DAYA TANGGAP TERHADAP KEPUTUSAN MEMILIH PAUD SEKOLAH MAITREYAWIRA. *Jurnal Manajemen Dan Bisnis Digital Tahun*, 2(1), 20–38.
- Natasya, C. A., Isyanto, P., & Yani, D. (2023). Promosi Marketing Pada Butik Cheryl Collection. *Jurnal Ekonomi Dan Manajemen*, 3(3), 121–127. <https://doi.org/10.55606/optimal.v3i3.1809>
- Novianti, D., & Pertiwi, W. E. (2019). The Implementation of Environmental Sanitation in Elementary Schools: 2018 Inspection Report from Kramatwatu Sub District, Serang District, Banten Province. *JURNAL KESEHATAN LINGKUNGAN*, 11(3), 175. <https://doi.org/10.20473/jkl.v11i3.2019.175-188>
- Novianty, I. R., Lubalu, A. O. S., & Ismail, R. (2022). Pengaruh Promosi terhadap Keputusan Pembelian Produk Oriflame. *Jurnal Ilmiah Ekomen*, 22(1), 84–108.
- Nurafni, K., Saguni, F., & Hasnah, S. (2022). Pengaruh Kinerja Komite Sekolah dan Kepemimpinan Kepala Sekolah Terhadap Peningkatan Mutu Pembelajaran Pendidikan Agama Islam. *Jurnal Ilmu Pendidikan Islam Dan Multikultural (JIMPE)*, 1(1), 43–68. <https://jurnal.uindatokarama.ac.id/index.php/jimpi/index>
- Nurdin, M. A. F., & Metasari, Y. (2022). Implementasi Bauran Pemasaran SW Rent Car Kota Tangerang Selatan. *Prosiding SEMNASTERA (Seminar Nasional Teknologi Dan Riset Terapan)*.
- Pangestu, A. D., & Aribowo, A. (2023). PENGARUH KOMPONEN PREFERENSI TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN KONSUMEN COFFEE SHOP DI KOTA BANDUNG. *JIMEA|JurnalIlmiahMEA(Manajemen,Ekonomi,DanAkuntansi)*, 7(3), 813–827.
- PARADITA. (2022). Pentingnya Media Pembelajaran dalam Meningkatkan Prestasi Belajar Paradita. *ECIE Journal: Jurnal Pendidikan Islam Anak Usia Dini*, 03(01), 73–85.
- Perkasa, D. H., & Putra, W. B. T. S. (2020). PERAN KUALITAS PENDIDIKAN, BIAYA PENDIDIKAN, LOKASI DAN CITRA MEREK DALAM MEMPENGARUHI MINAT SISWA MEMILIH PERGURUAN TINGGI XYZ. *PROSIDING SEMINAR NASIONAL PENDIDIKAN PROGRAM PASCASARJANA UNIVERSITAS PGRI PALEMBANG*, 72–87.
- Permatasari, O., & Ashriana, A. N. (2019). Pengaruh Marketing Mix (7P) Terhadap Pengambilan Keputusan Orang Tua Dalam Memilih Sekolah Berbasis Tahfidz Al- Qur'an (Studi Pada SMP Al-Qur'an An-Nawawiy Mojokerto). *INOBIS: Jurnal Inovasi Bisnis Dan Manajemen Indonesia*, 2(3), 382–397. <https://doi.org/10.31842/jurnal-inobis.v2i3.98>
- Permatasari, O., Nova Ashriana, A., & Permatasari Universitas Mayjen Sungkono Mojokerto Ahfi Nova Ashriana, O. (2019). Pengaruh Marketing Mix (7P) Terhadap Pengambilan Keputusan Orang Tua Dalam Memilih Sekolah Berbasis Tahfidz Al- Qur'an (Studi Pada

- SMP Al-Qur'an An-Nawawiy Mojokerto). *INOBIIS: Jurnal Inovasi Bisnis Dan Manajemen Indonesia*, 2(3), 382–397.
- Pracipta, K. F. I. (2021). FAKTOR-FAKTOR DETERMINASI KEPUTUSAN ORANG TUA MEMILIH SEKOLAH DASAR SWASTA UNTUK ANAK DI KOTA YOGYAKARTA. *JURNAL SPEKTRUM ANALIS KEBIJAKAN PENDIDIKAN*, 10(3), 65–79.
- Prastiwi, I., & Syahrinullah. (2023). Analisis Faktor - Faktor yang Mempengaruhi Keputusan Pembelian Produk Pada Promo McD Kelapa Gading Jakarta Utara. *Jurnal Ilmiah Ilmu Manajemen*, 2(1), 2656–6265.
- Pratama, Y., Fachrurazi, Abdullah, M. A. F., Noviany, H., Narulita, S., Hapsara, O., Zulkarnain, I., Fermayani, R., Sembiring, R. S. R., Abdurrohman, & Islam, D. (2023). *PRINSIP DASAR MANAJEMEN PEMASARAN (ANALISIS DAN STRATEGI DI ERA DIGITAL)* (M. Silalahi, Ed.; 1st ed.). EUREKA MEDIA AKSARA.
- Purba, D., & Purba, M. (2022). Aplikasi Analisis Korelasi dan Regresi menggunakan Pearson Product Moment dan Simple Linear Regression. *Citra Sains Teknologi*, 1(2), 97–103.
- Putra, D. G. A. A. S., Mitariani, N. W. E., & Imbayani, I. G. A. (2022). PENGARUH LOKASI, PERSEPSI HARGA DAN CITRA SEKOLAH TERHADAP KEPUTUSAN ORANG TUA MURID MEMILIH JASA PENDIDIKAN DI SEKOLAH DASAR JAMBE AGUNG BATUBULAN. *Jurnal EMAS*, 3(4), 194– 201.
- Rahayu, N. S., & Muafiah, E. (2022). Analisis Pengaruh Bauran Pemasaran Terhadap Keputusan Siswa dalam Memilih Sekolah di SMAN 1 Pulung. *Excelencia: Journal of Islamic Education & Management*, 2(01), 209–222. <https://doi.org/10.21154/excelencia.v2i01.574>
- Rahwati, D. (2019). *Number 1 Indonesian Journal of Education Management and Administration Review*. 3. <https://doi.org/10.4321/ijemar.v3i1.2945>
- Rasiban, Purnomo, B. S., Yrain, B., Fricco, A., & Pratama, F. B. (2023). Implementasi Sistem Akademik Berbasis Web di SD Anak Aptana Bangsa Jakarta Timur. *Jurnal Pengabdian Nasional (JPN) Indonesia*, 4(2), 320–328. <https://doi.org/10.35870/jpni.v4i2.208>
- Revisika, & Indriyani, D. (2020). STRATEGI PEMASARAN JASA PENDIDIKAN SEKOLAH MENENGAH PERTAMA ISLAM TERPADU MANOKWARI PAPUA BARAT. *Jurnal DINAMIS*, 17(2), 1–8.
- ROFIK, C. (2019). *PENGARUH FAKTOR-FAKTOR BAURAN PEMASARAN TERHADAP KEPUTUSAN SISWA MEMILIH SEKOLAH DI SMP ISLAM AL- AZHAR 15 CILACAP*. INSTITUT AGAMA ISLAM NEGER.
- Rosalia, R., Sulastini, & Mayvita, P. A. (2023). ANALISIS STRATEGI PROMOSI UNTUK MENINGKATKAN MOTIVASI BELANJA HEDONIS PADA TOKO BAJU BHINNIASTORE BANJARMASIN. *Prosiding Seminar Nasional Ekonomi Tahun 2023 (SENASEKON 2023)*, 171–185.

- Rosmaniar, A. (2019). Pengaruh bauran pemasaran jasa terhadap keputusan siswa memilih sekolah menengah kejuruan swasta di surabaya. *J A*, 16(1), 22–33. <http://journal.feb.unmul.ac.id/index.php/KINERJA>
- Rumondang, A., Sudirman, A., Sitorus, S., Kusuma, A. H. P., Manuhutu, M., Sudarso, A., Simarmata, J., Hasdiana, D., Tasnim, & Arif, N. F. (2020). *Pemasaran Digital dan Perilaku Konsumen*. Yayasan Kita Menulis.
- Rumondang, A., Sudirman, A., Sitorus, S., Kusuma, A. H. P., Manuhutu, M., Sudarso, A., Simarmata, J., Tasnim, D. H., & Arif, N. F. (2020). *Pemasaran Digital dan Perilaku Konsumen* (A. Rikki, Ed.). Yayasan Kita Menulis.
- Seran, R. B., Sundari, E., & Fadhila, M. (2023). Jurnal Mirai Management Strategi Pemasaran yang Unik: Mengoptimalkan Kreativitas dalam Menarik Perhatian Konsumen. *Jurnal Mirai Management*, 8(1), 206–211.
- Setiawan, A. (2020). Keputusan Siswa Memilih SMK Swasta di Kota Bandung. *Coopetition : Jurnal Ilmiah Manajemen*, 11(1), 25–32. www.dapo.dikdasmen.kemdikbud.go.id
- Shrestha, N. (2020). Detecting Multicollinearity in Regression Analysis. *American Journal of Applied Mathematics and Statistics*, 8(2), 39–42. <https://doi.org/10.12691/ajams-8-2-1>
- Sitanggang, F. A., Putri, D. E., & Sitanggang, P. A. (2021). Analisis Faktor-Faktor yang Mempengaruhi Keputusan Mahasiswa dalam Memilih Program Studi Manajemen Jenjang Strata-1 pada Perguruan Tinggi Swasta dan Perguruan Tinggi Negeri di Kota Jambi. *Ekonomis: Journal of Economics and Business*, 5(1), 117. <https://doi.org/10.33087/ekonomis.v5i1.300>
- Sofiah, Oktaviah, Y., & Erwantiningsih, E. (2023). PENGARUH BAURAN PEMASARAN DAN KUALITAS PELAYANAN TERHADAP KEPUASAN PELANGGAN PADA WARUNG MAKAN SOTO LAMONGAN NGULING KABUPATEN PASURUAN. *Neraca Manajemen, Akuntansi Ekonomi*, 1(9), 81–90.
- Sudiantini, D., Meutia, K. I., Narpati, B., & Saputra, F. (2023). HUBUNGAN KUALITAS PELAYANAN, CITRA SEKOLAH, LOYALITAS SISWA DAN KEPUTUSAN MEMILIH SEKOLAH. *JURNAL EKONOMI, MANAJEMEN PARIWISATA DAN PERHOTELAN*, 2(1), 404–408.
- Sugiyono. (2019). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D* (Sutopo, Ed.; 2nd ed.). ALFABETA, cv.
- Sulistyowati, T., & Husda, N. E. (2023). OPTIMASI STRATEGI PEMASARAN DIGITAL PADA UMKM UCI GARDEN. *PROCEEDING NATIONAL CONFERENCE BUSINESS, MANAGEMENT, AND ACCOUNTING (NCBMA)*, 146–157. <https://garuda.kemdikbud.go.id/documents/detail/3623312>

- Susanti, & Herlina. (2022). "FAKTOR YANG MENENTUKAN KEPUTUSAN PEMBELIAN DETERGEN CAIR MEREK RINSO (STUDI KASUS PADA KELURAHAN SUKASARI TANGERANG RW 03). *Jurnal AKRAB JUARA*, 7(3), 218–232.
- Susanto, P. H., & Subagja, I. K. (2019). PENGARUH KUALITAS PELAYANAN, KEPUASAN NASABAH DAN CITRA PERUSAHAAN TERHADAP LOYALITAS NASABAH PT. BANK CENTRAL ASIA TBK KANTOR CABANG PONDOK GEDE PLAZA. *Jurnal Manajemen Bisnis Krisnadwipayana*, 7(1), 69–84. <https://doi.org/10.35137/jmbk.v7i1.249>
- Susetyo, R. R. N., & Suwitho. (2021). PENGARUH ATRIBUT PRODUK, CITRA MEREK DAN HARGA TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN. *Jurnal Ilmu Dan Riset Manajemen*, 10(7), 1–19.
- SUWARI, N. W. (2023). *PENGARUH HARGA, WORD OF MOUTH DAN LOKASI TERHADAP KEPUTUSAN ORANG TUA MENYEKOLAHKAN ANAK DI SMP WISATA SANUR* [Doctoral dissertation]. Universitas Mahasaraswati Denpasar.
- Syahrullah, M. (2023). STRATEGI BRANDING SEBAGAI UPAYA OPTIMALISASI PENGUMPULAN WAKAF. In *Jurnal ISLAMIKA* (Vol. 6, Issue 1).
- Taek, E. P., Langga, A. S. W., & Mesakh, A. B. (2023). PENGARUH PRICE, PEOPLE, PROCESS DAN PHYSICAL EVIDENCE TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN PADA TIMOR HOTEL ATAMBUA. *Jurnal Bisnis & Manajemen*, 15(1), 290–302.
- Tanjung, A. (2022). MENGELOLA PEMASARAN USAHA KECIL. In A. Supriadi (Ed.), *MANAJEMEN UMKM DAN KOPERASI* (1st ed.). Tahta Media Group.
- Tanjung, N., Wirda, F., & Irwansyah. (2023). Manajemen Pembelajaran Pendidikan Agama Islam di SMP Al-Azhar Medan. *INNOVATIVE: Journal Of Social Science Research*, 3(2), 9204–9214.
- Taufik, A., Ramadhani, K., & Salama, H. (2022). Modal Mutu Pendidikan SD Muhammadiyah Condongcatur Yogyakarta. *Edification Journal: Pendidikan Agama Islam*, 5(1), 81–98. <https://doi.org/10.37092/ej.v5i1.410>
- TEA, M. D., Medinal, & Oktalina, G. (2020). ANALISIS PENGARUH KUALITAS PELAYANAN (SERVQUAL) TERHADAP KEPUASAN LANSIA DI PANTI BHAKI KASIH SITI ANNA PANGKALPINANG. *JIPMB*, *STIE-IBEK*, 7(2), 20–28. www.stie-ibek.ac.id
- Thana, P. M., & Hanipah, S. (2023). Kurikulum Merdeka: Transformasi Pendidikan SD Untuk Menghadapi Tantangan Abad ke-21. *Prosiding Konferensi Ilmiah Dasar*, 4, 281–288. <http://prosiding.unipma.ac.id/index.php/KID>
- Tjiptono, F. (2016). *Pemasaran Jasa: Prinsip, Penerapan dan Penelitian*. Penerbit ANDI Yogyakarta.

- Tryadi, A., & Muhajirin. (2021). PENGARUH PHYSICAL EVIDENCE TERHADAP KEPUASAN KONSUMEN (STUDI KASUS DI SURF CAFÉ KOTA BIMA). *Journal Scientific of Mandalika (JSM)*, 2(7), 2745–5955. <http://ojs.cahayamandalika.com/index.php/jomla/issue/archive>
- Tupa, D. T., Bunga, M., & Makatita, R. F. (2019). PENGARUH BAURAN PEMASARAN TERHADAP KEPUTUSAN MAHASISWA MEMILIH KULIAH PADA FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS UNIVERSITAS NUSA CENDANA KUPANG NUSA TENGGARA TIMUR. *Journal of Management - Small and Medium Enterprises (SME's)*, 9(2), 235–250. <https://doi.org/https://doi.org/10.35508/jom.v9i2.1733>
- Veronika, D., Achmar, Z., Salahuddin, F., & Batary Citta, A. (2023). Pengembangan Manajemen Sumber Daya Manusia Dalam Meningkatkan Mutu Perguruan Tinggi Berbasis Total Quality Management Pada Politeknik Maritim AMI Makassar. *INNOVATIVE: Journal Of Social Science Research*, 3(4), 6331–6342. <https://doi.org/https://doi.org/10.31004/innovative.v3i4.4182>
- Wardhana, F. A., & Sitohang, F. M. (2021). PENGARUH PRODUK, HARGA, TEMPAT DAN STORE ATMOSPHERE TERHADAP KEPUASAN PELANGGAN PADA WARKOP BENPADANG SIDOARJO Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi Indonesia (STIESIA). *Jurnal Ilmu Dan Riset Manajemen*, 10(3), 1–19.
- Yuniarti, D. (2023). *PENGARUH BAURAN PEMASARAN DAN PERILAKU KONSUMEN TERHADAP KEPUTUSAN ORANG TUA SISWA MEMILIH SEKOLAH DI MTS DAN MA PEMBANGUNAN UIN JAKARTA*. UIN SYARIF HIDAYATULLAH JAKARTA.
- Yuri, A., Alam Adha, M., & Riduwan, R. (2023). Pengaruh Pengetahuan Masyarakat Tentang Produk, Pelayanan dan Lokasi Bank Dalam Memilih Jasa Bank Syariah di Kota Yogyakarta. *Al Maal: Journal of Islamic Economics and Banking*, 4(2), 133. <https://doi.org/10.31000/almaal.v4i2.6854>
- Zulandrasari, A., Manajemen, J., Tinggi, S., Ekonomi, I., & Negara, K. (2023). Pengaruh Bukti Fisik dan Lokasi Terhadap Keputusan Pemilihan Pendidikan. *Jurnal Riset Mahasiswa Ekonomi (RITMIK)*, 5(3), 296–305. <https://journal.stieken.ac.id/index.php/ritmik>