

DAFTAR PUSTAKA

- Adipraja, K. C. (2015). Pengaruh Usability Terhadap Loyalitas Konsumen Menggunakan Teknik Critical Incident (Studi Kasus www.aquajaya.com). *E-Proceeding of Engineering*, 2(2), 6415–6423. <https://openlibrarypublications.telkomuniversity.ac.id/index.php/engineering/article/view/2752>
- Aditya, R., & Wardhana, A. (2016). Pengaruh perceived usefulness dan perceived ease of use terhadap behavioral intention dengan pendekatan Technology Acceptance Model (TAM) pada pengguna Instant Messaging LINE di Indonesia. *Jurnal Siasat Bisnis*, 20(1), 24–32. <https://doi.org/10.20885/jsb.vol20.iss1.art3>
- Agustian, I., Saputra, H. E., & Imanda, A. (2019). Pengaruh Sistem Informasi Manajemen Terhadap Peningkatan Kualitas Pelayanan Di Pt. Jasaraharja Putra Cabang Bengkulu. *Profesional: Jurnal Komunikasi Dan Administrasi Publik*, 6(1), 42–60. <https://doi.org/10.37676/professional.v6i1.837>
- Agustiansyah, M. A. (, May). Sekolah Mengeluh Sulit Dapat Siswa Baru, Begini Tanggapan Ombudsman Terkait PPDB 2024. *Ombudsman Republik Indonesia*, 2024. <https://ombudsman.go.id/artikel/r/pwkmedia--sekolah-mengeluh-sulit-dapat-siswa-baru-begini-tanggapan-ombudsman-terkait-ppdb-2024>
- Agustin, R., Hendriani, S., & Syapsan, S. (2020). The Effect of Brand Image and Service Quality on The Decision to Choose With Word of Mouth as Mediation Variable at Prof. Dr. Tabrani Hospital Pekanbaru. *International Journal of Economics, Business and Applications*, 5(2), 25. <https://doi.org/10.31258/ijebe.5.2.25-44>
- Alamsyah, A., Bukhori, M., & Agustina, T. (2023). Pengaruh Brand Image, Digital Marketing Dan Reference Group Terhadap Keputusan Siswa Memilih Sekolah Di Madrasah Aliyah Muhammadiyah 1 Malang. *Jurnal Ilmiah Riset Aplikasi Manajemen*, 1(2), 365–375. <https://doi.org/10.32815/jiram.v1i2.27>

- Ali, M. H., Siddique, M. A., & Abubakar, M. (2021). Quality of education and university image on word of mouth: empirical study from Pakistani universities. *IRASD Journal of Educational Research*, 2(1), 35–48.
- Andri Astuti Itasari, & Nurnawati Hindra Hastuti. (2023). The Effect of Advertisement, Word of Mouth, and Brand Awareness towards Buying Decision on “Ruang Guru Apps” in SMU Negeri XYZ Surakarta. *Journal of Consumer Sciences*, 8(2), 155–169. <https://doi.org/10.29244/jcs.8.2.155-169>
- Anfas, A., Hidayanti, I., Umasugi, M., & Yusuf, I. S. H. (2021). The Application of Word of Mouth in Building Community Trust and University Brand Image on Selection Decision for UPBJJ-UT Ternate. *Society*, 9(1), 356–379. <https://doi.org/10.33019/society.v9i1.308>
- Anggraini, C., & Mihardja, E. J. (2025). Pendayagunaan Platform Media Sosial oleh Kementerian Pekerjaan Umum. *Warta ISKI*, 8(1), 83–91. <https://doi.org/10.25008/wartaiski.v8i1.342>
- Anuar, & Kasiono. (2018). PENGARUH FASILITAS BELAJAR DAN MOTIVASI BELAJAR TERHADAP HASIL BELAJAR SISWA KELAS X MATA PELAJARAN EKONOMI DI SMA NEGERI 11 KOTA JAMBI. *Scientific Journals of Economic Education*, 2(1), 14–25.
- Ari Ruliati, R., Budi Satoto, E., & Sanosra, A. (2023). Pengaruh Fasilitas Rumah Sakit Dan Harga Pelayanan Terhadap Word Of Mouth Melalui Kepuasan Pasien. *Relasi : Jurnal Ekonomi*, 19(2), 396–410. <https://doi.org/10.31967/relasi.v19i2.861>
- Arief and Brabo. (2025). The Influence of Word of Mouth and Social Media Marketing on Students’ Decision to Choose a University With Brand Image as a Mediating Variable. *Journal of Economics and Business (JECOMBI)*, 6(3), 227–243. <https://doi.org/10.58471/jecombi.v6i03>
- Arifin, Z., & Sunarti, S. (2016). *Pengaruh citra merek terhadap minat beli dan keputusan pembelian (survei pada mahasiswa program studi administrasi bisnis tahun angkatan 2013/2014 fakultas ilmu administrasi universitas brawijaya malang pembeli indosat ooredoo)*. Brawijaya University.

- Artati, D., Kaharti, E., & Susilowati, I. (2021). Analisis Theory of Planned Behavior dalam Memprediksi Niat Akuntan dalam Memperoleh Gelar Chartered Accountant di Wilayah Jawa Tengah. *Fokus Bisnis : Media Pengkajian Manajemen Dan Akuntansi*, 20(1), 80–91. <https://doi.org/10.32639/fokusbisnis.v20i1.833>
- Aryatilandi, S., Ramdan, A. M., & Sunarya, E. (2020). Analisis Word Of Mouth Dan Brand Image Terhadap Keputusan Pembelian Smartphone Di Kota Sukabumi. *JMD : Jurnal Riset Manajemen & Bisnis Dewantara*, 3(1), 54–65. <https://doi.org/10.26533/jmd.v3i1.554>
- Assael, H. (1995). *Consumer Behavior and Marketing Action*. South-Western College Publishing. <https://books.google.co.id/books?id=iafZAAAAMAAJ>
- Astuti, C. Y., Hendra Ts, K., & Sarsono, S. (2022). Prestasi Belajar ditinjau dari Fasilitas, Motivasi, Manajemen Waktu Belajar serta Lingkungan Keluarga. *Jurnal Dimensi Pendidikan Dan Pembelajaran*, 10(1), 24–32. <https://doi.org/10.24269/dpp.v10i1.4422>
- Astuti, R. L. D., Dewi, L. K. C., & Kartika, L. K. H. (2025). *Peran Word Of Mouth Memediasi Pengaruh Social Media Marketing Dan Brand Image Terhadap Keputusan Mahasiswa Memilih Lembaga Pelatihan Kerja (LPK) PPLP Dhyana Pura Badung*. 21(1), 147–186.
- Bafadal, I. (2004). *Manajemen perlengkapan sekolah teori dan aplikasinya*.
- Baskara, A., & Ernasari, N. (2018). Pengaruh Word Of Mouth (WOM) Dan Brand Image Terhadap Keputusan Calon Mahasiswa Melanjutkan Studi Di Perguruan Tinggi. *PeKA: Jurnal Pendidikan Ekonomi Akuntansi FKIP UIR*, 6(2), 171–178. <https://journal.uir.ac.id/index.php/Peka/article/view/2987>
- BPS. (2023). *Statistik Pendidikan 2023* (direktorat statistik kesejahteraan rakyat (ed.)). Badan Pusat Statistik. <https://www.bps.go.id/id/publication/2023/11/24/54557f7c1bd32f187f3cdab5/statistik-pendidikan-2023.html>

- Budiyatmo, B., & Iriani, A. (2022). Membangun Citra Sekolah Berdasarkan Marketing Mix untuk Meningkatkan Jumlah Peserta Didik. *Kelola: Jurnal Manajemen Pendidikan*, 9(2), 238–252. <https://doi.org/10.24246/j.jk.2022.v9.i2.p238-252>
- Bunar, N., & Ambrose, A. (2016). Schools, choice and reputation: Local school markets and the distribution of symbolic capital in segregated cities. *Research in Comparative and International Education*, 11(1), 34–51. <https://doi.org/10.1177/1745499916631064>
- Chin-Tsu, C. (2024). The Investigation on Brand Image of University Education and Students' Word-of-Mouth Behavior. *Higher Education Studies*, 6, 23. <https://doi.org/10.5539/hes.v6n4p23>
- Cindy Angelina. (2023). Pengaruh Kualitas Pelayanan, Fasilitas Dan Lokasi Terhadap Keputusan Memilih Siswa Pada Smk Strada Daan Mogot. *Prosodin: Ekonomi Bisnis*, 3(1), 1–10.
- Dahlia, R. (2023). *Peran citra sekolah dalam memotivasi orang tua memasukkan anaknya ke sekolah dasar islam terpadu (sdit) al ittihad rumbai pekanbaru*. Universitas Negeri Sultan Syarif Kasim.
- David L. Kurtz, K. E. C. (1998). *Services Marketing*. wiley.
- Dewi, I. R., Michel, R. J., & Puspitarini, D. A. (2022). Pengaruh Kualitas Produk Terhadap Loyalitas Dengan Mediasi Kepuasan Pelanggan Pada Toko Prima Freshmart Cirebon. *Jurnal Maneksi*, 11(1), 314–321. <https://doi.org/10.31959/jm.v11i1.1080>
- Dimas, D. K., & Soliha, E. (2022). Pengaruh Kualitas Pelayanan, Fasilitas Dan Lokasi Terhadap Kepuasan Pelanggan pada My Kopi O Semarang. *YUME: Journal Manager*, 5(1), 348–358. <https://doi.org/10.37531/yume.vxix.553>
- Dina Lestari, Risma Ayu Anjali Pratama, & Silviana Dwi Anggraeni. (2023). Pengelolaan Sarana dan Prasarana Pendidikan Dalam Meningkatkan Kualitas Pendidikan Mahasiswa Fakultas Ilmu Sosial Universitas Negeri Jakarta. *Dharma Acariya Nusantara: Jurnal Pendidikan, Bahasa Dan Budaya*, 1(1), 101–113. <https://doi.org/10.47861/jdan.v1i1.261>

- Dwi Astuti, A. (2021). 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. <https://doi.org/10.52643/jam.v10i2.1128>
- Erratna B, C. E., & Tjahjaningsih, E. (2022). Efek Moderasi WOM Pada Pengaruh Fasilitas Dan Lokasi Terhadap Proses Pengambilan Keputusan. *E-Bisnis : Jurnal Ilmiah Ekonomi Dan Bisnis*, 15(1), 68–77. <https://doi.org/10.51903/e-bisnis.v15i1.619>
- Farhanah Putri, C., Hadita, H., Siti Komariah, N., Wahyu Setyawati, N., & Jumawan, J. (2025). Pengaruh Kualitas Pelayanan dan Fasilitas Melalui Electronic Word of Mouth Terhadap Kepuasan Pelanggan di Kedai Mungil Davanka Putri. *Fibonacci : Jurnal Ilmu Ekonomi, Manajemen Dan Keuangan*, 1(2), 275–285. <https://doi.org/10.63217/fibonacci.v1i2.128>
- Fitri, D. A. (2025). Influence of Experiential Marketing and Islamic Branding on Word of Mouth and The Decision of Choosing a Private College. *Indonesian Journal of Economics, Business, Accounting, and Management (IJEBAAM)*, 3(3), 14–29. <https://doi.org/10.63901/ijeabam.v3i3.124>
- Flintoff, J.-P. (2002). When The Buzz is not Quite What it Seems. *Financial Times, London*.
- Ghozali, I. (2018). *Aplikasi Analisis Multivariate Dengan Program IBM SPSS 25* (15th ed.). Badan Penerbit Universitas Diponegoro.
- Gofur, A. (2019). Pengaruh kualitas pelayanan dan harga terhadap kepuasan pelanggan. *Journal Homepage: Http://Jrmb. Ejournal-Feuniat. Net/Index. Php/JRMB*, 37, 44.
- Hamzah, H., Syarif, M., Purwati, A. A., & Sudarno, S. (2023). Islamic School Image and Service Quality on Islamic Elementary Schools: the Role of Word of Mouth As Mediation. *Jurnal Aplikasi Manajemen*, 21(3), 737–747. <https://doi.org/10.21776/ub.jam.2023.021.03.13>

- Hanum, M. S., Rofiaty, R., & Yuniarinto, A. (2020). Analyzing the Impact of Word of Mouth and Experience Quality on School Choice Decision Through Perceived Value and Brand Image. *Jurnal Aplikasi Manajemen*, 18(2), 326–336. <https://doi.org/10.21776/ub.jam.2020.018.02.13>
- Harahap, D. A., Hurriyati, R., Gaffar, V., & Amanah, D. (2018). The impact of word of mouth and university reputation on student decision to study at university. *Management Science Letters*, 8(6), 649–658. <https://doi.org/10.5267/j.msl.2018.4.027>
- Hasan, A. (2010). *Marketing dari Mulut ke Mulut : Word of Mouth Marketing*. Media Pressindo.
- Hasyim, M. A., Fauzi, A., & Fanani, D. (2017). Pengaruh Citra Merek Terhadap Word of Mouth dan Keputusan Pembelian (Survei pada Mahasiswa Fakultas Ilmu Administrasi Pembeli Handphone Samsung Galaxy). *Jurnal Administrasi Bisnis (JAB)*, 43(1), 148–156.
- Hayati, J. S. (2021). PENGARUH WORD OF MOUTH, FASILITAS, DAN KUALITAS PELAYANAN TERHADAP KEPUTUSAN ORANG TUA DALAM MEMILIH PENDIDIKAN ISLAMIC FULL DAY SCHOOL DI PONDOK PESANTREN SAFINATUL HUDA SURABAYA. *Jurnal Manajemen*, 1–12.
- Hendra, M. D., Muhammad Arif, & M. Hadi. (2022). Efektifitas Word of Mouth (Wom) Dalam Komunikasi Pemasaran Rotte Bakery Pekanbaru. *Medium*, 9(2), 119–135. [https://doi.org/10.25299/medium.2021.vol9\(2\).7907](https://doi.org/10.25299/medium.2021.vol9(2).7907)
- Hidayat, A. (2012). PENGELOLAAN PENDIDIKAN: Konsep, Prinsip, dan Aplikasi dalam Mengelola sekolah dan Madrasah. *Digital Library, Uin Sunan Gunung Djati*, 36. <https://etheses.uinsgd.ac.id/30324/>
- Hidayati, N., Sunaryo, H., Agustina, I., & Hanif, R. (2021). Model Integrasi Minat Beli Produk Halal: Evaluasi Empiris Pada Konsumen Muslim di Kota Malang. *Progress Conference*, 4(1), 372–381. <http://proceedings.itbwigalumajang.ac.id/index.php/progress/article/view/387>
%0Ahttp://proceedings.itbwigalumajang.ac.id/index.php/progress/article/download/387/341

- Hikmah, N., & Maulana, C. (2025). MANUSIA DAN PENDIDIKAN Manusia Sebagai Makhluk Yang Bisa Dididik Dan Manusia Sebagai Makhluk Yang Perlu Dididik. *AL MIDAD : Jurnal Ilmu Pendidikan Dan Studi Keislaman*, 1(2), 9–24. <https://ejournal.staidhtulungagung.ac.id/index.php/almidad/article/view/52>
- Ibnurrisal, F., Yulistyawati, T., & Kurniawan, R. (2025). *Analisis Strategi Marketing Mix Terhadap Peningkatan Jumlah Pengunjung Pada Cafe Radio Kopi Kebumen*. 02(03), 1895–1905.
- Idharudin, A. J., Nurhasanah, M., & ... (2025). Peran Sarana dan Prasarana dalam Meningkatkan Kualitas Pendidikan Islam: The Role of Facilities and Infrastructure in Enhancing the Quality of Islamic Education. ... : *Jurnal Kajian Islam*, 2(2), 242–258. <https://litera-academica.com/ojs/dirasah/article/view/140%0Ahttps://litera-academica.com/ojs/dirasah/article/download/140/111>
- Jasmani, J., & Najmah, S. (2025). Pengaruh Promosi Dan Fasilitas Terhadap Keputusan Orang Tua Memilih Sekolah Taman Kanak-Kanak Paud Rahayu Di Kabupaten Bogor. *Jurnal Ekonomi Dan Bisnis*, 5(1), 150–160. <https://doi.org/10.56145/ekobis.v5i1.306>
- Jowianto, M., & Zuhdi, S. (2019). Pengaruh Facility Support, Service Performance, dan Customer Satisfaction Terhadap Word of Mouth. *Jurnal Ilmiah Manajemen Kesatuan*, 7(3), 313–318. <https://doi.org/10.37641/jimkes.v7i3.283>
- Juliana, J., & Johan, J. (2020). Pengaruh brand image dan brand trust sebagai variabel intervening dalam memilih universitas. *Journal of Business and Banking*, 9(2), 229. <https://doi.org/10.14414/jbb.v9i2.1978>
- Kango, U., Kartiko, A., & Maarif, M. A. (2021). The Effect of Promotion on the Decision to Choose a Higher Education through the Brand Image of Education. *AL-ISHLAH: Jurnal Pendidikan*, 13(3), 1611–1621. <https://doi.org/10.35445/alishlah.v13i3.852>

- Khoirurrofik, F., Kurniawan, B., & Indriasari, I. (2023). Pengaruh Kualitas Pelayanan Dan Bauran Pemasaran Melalui Variabel Mediasi Word of Mouth Terhadap Minat Masuk Ponpes. *Jurnal Riset Rumpun Ilmu Ekonomi*, 2(1), 72–89. <https://doi.org/10.55606/jurrie.v2i1.986>
- Khurin Najwa, K. (2024). EXPLORING Exploring the Influence of Brand Image and Education Costs on Parents' Decisions in Choosing a School: The Mediating Impact of Word of Mouth (WoM). *JIV-Jurnal Ilmiah Visi*, 19(1), 43–55. <https://doi.org/10.21009/jiv.1901.5>
- Kotler, P., & Keller, K. L. (2009). Manajemen pemasaran, edisi 13. *Jakarta: Erlangga*, 14, 178–179.
- Kotler, P., & Keller, K. L. (2012). *Marketing Management*. Pearson. <https://books.google.co.id/books?id=eMZRYgEACAAJ>
- 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. <https://doi.org/10.59373/academicus.v1i1.4>
- Kurniadi, I. P. E., Agustini, N. L. P., & Karta. (2020). PENGARUH IKLAN, CITRA MEREK DAN KUALITAS PELAYANAN TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN ALAT KESEHATAN (ORTOPEDI) PT. ADISKA SARANA MEDIKA DI DENPASAR. *Journal Research Management*, 2(1). <https://jarma.triatmamulya.ac.id/index.php/Management/article/view/32/32>
- Kusumajaya, R. A., & Rivai, A. R. (2017). Pengaruh Citra Lembaga Dan Kualitas Layanan Terhadap Kepuasan Dan Komitmen Relasional Dan Dampaknya Pada Positive Word of Mouth. *Jurnal Telaah Manajemen*, 14(2), 18–32.
- Kusumayanti, K., & Novel Haniif, A. (2023). Pengaruh Word of Mouth Terhadap Keputusan Memilih Kuliah Jurusan Manajemen Bisnis Syariah Di Institut Agama Islam Abdullah Said Batam. *Jurnal AL-AMAL*, Vol. 2, No(E-ISSN: 2964-9900), 58–65.

- Lagautu, J. (2022). Pengaruh Citra Perusahaan, Kualitas Pelayanan Dan Persepsi Konsumen Terhadap Keputusan Pembelian Pada Pt.Matahari Department Store Mantos. *Jurnal EMBA: Jurnal Riset Ekonomi, Manajemen, Bisnis Dan Akuntansi*, 7(1), 751–760. <https://ejournal.unsrat.ac.id/v3/index.php/emba/article/view/22546>
- Larika, W., & Ekowati, S. (2020). Pengaruh Citra Merek, Harga Dan Promosi Terhadap Keputusan Pembelian Handphone Oppo. *Jurnal Manajemen Modal Insani Dan Bisnis (Jmmib)*, 1(1), 128–136.
- Ling, T. S., & Pratomo, A. W. (2020). Pengaruh Brand Image, Persepsi Harga dan Word Of Mouth Terhadap Keputusan Pembelian Konsumen The Highland Park Resort Hotel Bogor. *Jurnal Ilmiah Pariwisata Kesatuan*, 1(1), 31–42. <https://doi.org/10.37641/jipkes.v1i1.325>
- Liyono, A. (2022). Pengaruh Brand Image, Electronic Word of Mouth (E-Wom) Dan Harga Terhadap Keputusan Pembelian Produk Air Minum Galon Crystalline Pada Pt. Pancaran Kasih Abadi. *Jurnal Ekonomi Manajemen Dan Bisnis*, 3(1), 73–91. <https://doi.org/10.32815/jubis.v3i1.1089>
- Lovelock, C., & Wirtz, J. (2007). *SERVICES MARKETING People, Technology, Strategy* (7th ed.). Prentice Hall. https://www.researchgate.net/profile/Jochen-Wirtz/publication/263523474_Services_Marketing_People_Technology_Strategy_7th_edition/links/60d5ad37458515d6fbd7926f/Services-Marketing-People-Technology-Strategy-7th-edition.pdf?__cf_chl_tk=9W41KC5_SCc6CRmJAb1L
- Mahardika, I. M. N. O. (2020). Kualitas layanan dan citra lembaga terhadap word of mouth mahasiswa Stahn Gde Pudja Mataram. *Business Management Analysis Journal (BMAJ)*, 3(1), 46–57.
- Mariyam, M., & Taharuddin, T. (2023). Pengaruh Brand Image dan Keunggulan Bersaing Terhadap Keputusan Mahasiswa Dalam Memilih Politeknik Hasnur Yang Di Mediasi Oleh Word Of Mouth Positif. *Jurnal Bisnis Dan Pembangunan*, 12(3), 91. <https://doi.org/10.20527/jbp.v12i3.17989>

- Morissan. (2015). *PERIKLANAN: KOMUNIKASI PEMASARAN TERPADU* (4th ed.). PRENADAMEDIA GROUP.
https://www.google.co.id/books/edition/Periklanan_Komunikasi_Pemasaran_Terpadu/U9xDDwAAQBAJ?hl=id&gbpv=1&pg=PA5&printsec=frontcover
- Muhtarom, A., Syairozi, M. I., & Yonita, H. L. (2022). Analisis Persepsi Harga, Lokasi, Fasilitas, dan Kualitas Pelayanan terhadap Loyalitas Pelanggan Dimediasi Keputusan Pembelian. *Jurnal Ilmiah Ekonomi Dan Bisnis*, 10(S1), 391–402.
- MY, et al. (2022). STRATEGI PEMASARAN JASA PENDIDIKAN DALAM MENINGKATKAN CITRA SEKOLAH. *Jurnal Paramurobi*, 5(1), 20–32.
<https://doi.org/doi.org/10.32699/paramurobi.v5i1.2717>
- Nadzifah, S., Basalamah, M. R., & Ramadhan, T. S. (2023). Pengaruh Lokasi, Biaya Pendidikan, dan Word of Mouth Terhadap Keputusan Memilih Pondok Pesantren. *E – Jurnal Riset Manajemen*, 12(01), 1211–1217.
- Nurhakim, R., Tafsiruddin, M., Studi Manajemen, P., & Tinggi Ilmu Ekonomi Ganesha, S. (2024). 225 Program Studi Pendidikan Ekonomi STKIP Bima PENGARUH PROMOSI DAN FASILITAS TERHADAP KEPUTUSAN SISWA MEMILIH SEKOLAH DI SMAS NUSANTARA PLUS. *Jurnal PenKoMi: Kajian Pendidikan Dan Ekonomi*, 7(1).
<http://jurnal.stkipbima.ac.id/index.php/PK/index>
- Ovidani, Z., & Hidayat, W. (2020). Pengaruh Kualitas Pelayanan, Harga Dan Kepercayaan Terhadap Kepuasan Pelanggan Pada Hotel Dafam Semarang. *Jurnal Ilmu Administrasi Bisnis*, 9(2), 167–174.
<https://doi.org/10.14710/jiab.2020.27277>
- Perwita, D., & Widuri, R. (2023). Telaah pendidikan: preferensi orang tua memilih sekolah swasta daripada sekolah negeri. *EQUILIBRIUM: Jurnal Ilmiah Ekonomi Dan Pembelajarannya*, 11(1), 64.
<https://doi.org/10.25273/equilibrium.v11i1.14779>

- Prabandari, P. Y., & Widagda K, I. G. N. J. A. (2020). Pengaruh Brand Image Terhadap Word of Mouth Yang Dimediasi Oleh Customer Satisfaction. *E-Jurnal Manajemen Universitas Udayana*, 9(8), 3301. <https://doi.org/10.24843/ejmunud.2020.v09.i08.p20>
- Prabowo, H. (2023). Analisis Pengaruh Fasilitas Dan Kualitas Layanan Terhadap Word of Mouth Melalui Kepuasan Pada Hotel Berbintang Di Kabupaten Semarang. *Media Informasi Penelitian Kabupaten Semarang*, 5(1), 338.
- Pracipta, K. F. I. (2021). *Yogyakarta Determination Factors for Parents ' Decision To Choose Private*. 10(3), 65–79.
- Prinasdika, L. A., & Widiati, E. (2024). *Penerapan Strategi Word of Mouth dan Brand Image Pada Keputusan Memilih Kampus di Universitas Sahid*. 7(2), 11–21.
- Putra, A. P., Yetri, & Ayu, S. M. (2023). *Implikasi Marketing Mix dan Citra Sekolah terhadap Keputusan Orang Tua Memilih Sekolah Anak*. 7(1), 1–9.
- Rahayu, P. R., & Hidayah, N. (2023). Pengaruh Jaringan Usaha, Inovasi Produk, dan Persaingan Usaha terhadap Perkembangan Usaha UMKM. *Jurnal Manajerial Dan Kewirausahaan*, 5(2), 448–456. <https://doi.org/10.24912/jmk.v5i2.23415>
- Rahmawati, D. I., & Rosy, B. (2021). Pengaruh Fasilitas Belajar dan Motivasi Belajar terhadap Prestasi Belajar Siswa SMK Krian 2 Sidoarjo pada Mata Pelajaran Teknologi Perkantoran. *JOAEP Journal of Office Administration: Education and Practice*, 1(2), 108–123. <https://ejournal.unesa.ac.id/index.php/joa/article/view/42115>
- Rahmawati, R. N., & Narsa, I. M. (2019). Intention to Use e-Learning: Aplikasi Technology Acceptance Model (TAM). *Owner*, 3(2), 260. <https://doi.org/10.33395/owner.v3i2.151>
- Romadhoni, A. B. N., & Guspul, A. (2020). Pengaruh Attitude, Subjective Norm, Dan Perceived Behavioral Control Terhadap Minat Beli Jasa Transportasi Online. *Journal of Economic, Business and Engineering (JEBE)*, 2(1), 76–81. <https://doi.org/10.32500/jebe.v2i1.1459>

- Romli, M. E. (2019). Kreativitas dan Inovasi Dalam Pemasaran Untuk Mempertahankan dan Mengembangkan Kinerja Merek. *Jurnal Media Wahana Ekonomika*, 16(3), 218. <https://doi.org/10.31851/jmwe.v16i3.3422>
- Roosdhani, M. R. (2024). *Health Service Satisfaction To Purchase Decision : The Dual Mediation of Customer Engagement And Word of Mouth*. 8(36).
- Rosha, Z., Wati, L., & Dharma, S. (2017). Faktor-faktor yang Mempengaruhi Orang Tua dalam Pengambilan Keputusan Memilih Sekolah Dasar Islam Al-azhar 32 Padang. *E-Jurnal Apresiasi Ekonomi*, 5(3), 139–147. <https://doi.org/10.31846/jae.v5i3.131>
- Ruhamak, M. D., & Syai'dah, E. H. (2018). Pengaruh Word Of Mouth, Minat Konsumen Dan Brand Image Terhadap Keputusan Konsumen (Studi Pada Pelajar Lembaga Kursus Di Area Kampung Inggris Pare). *Ekonika : Jurnal Ekonomi Universitas Kadiri*, 3(2), 14. <https://doi.org/10.30737/ekonika.v3i2.186>
- Salfiah, S., Intani, Q., Andini, S., & Astuti, A. P. (2022). Analisis Faktor yang Mempengaruhi Keputusan Orang Tua dalam Memilih Sekolah SD dan SMP untuk Anak pada Masa Pandemi Analysis of Factors Influencing Parents ' Decisions in Choosing Elementary and Middle School Schools for Children during the Covid-19 Pande. *Prosiding Seminar Nasional UNIMUS 2022, Vol. 5*, 766–776.
- Salsabila, D. P., Prasetyo, H., & Giyartiningrum, R. E. (2024). *Pengaruh Gaya Hidup , Media Sosial , dan Electronic Word of Mouth (E-WoM) Terhadap Keputusan Orang Tua dalam Memilih Lembaga Bimbingan Belajar Anak Hebat (Bimbel AHE) di Yogyakarta*. 8(2), 1518–1525. <https://doi.org/10.33087/ekonomis.v8i2.1905>
- Satria Lubis, A., Amalia, A., & Simanjuntak, S. (2020). Pengaruh Fasilitas Sekolah, Biaya Pendidikan dan Lokasi Sekolah terhadap Pengambilan Keputusan Siswa untuk Melanjutkan Pendidikan ke SMA Al Ulum Terpadu. *Journal Of Management Analytical and Solution (JoMAS)*, 1(1).

- Sawhani, D. K. S. (2021). *KEPUTUSAN PEMBELIAN ONLINE: KUALITAS WEBSITE, KEAMANAN DAN KEPERCAYAAN*. SCOPINDO MEDIA PUSTAKA. <https://books.google.co.id/books?id=LodAEAAAQBAJ>
- Silvia, R., Puri, K., Mariana, A., & Nurdianti, Z. (2025). *Word of Mouth Promosi Berpengaruh Terhadap Keputusan Kuliah di Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi Cakrawala*. 5.
- Simamora, Y. M., Siagian, H., & Pelawi, P. (2023). Pengaruh Lokasi, Fasilitas Pendidikan dan Citra Sekolah Terhadap Keputusan Memilih Sekolah. *Jurnal Wira Ekonomi Mikroskil*, 13(2), 168–182. <https://doi.org/10.55601/jwem.v13i2.1021>
- Sinaga, R. F. (2017). Analisis Faktor Dominan Yang Mempengaruhi Pemilihan Sekolah Swasta Untuk Tingkat Sma Di Kota Medan. *JURNAL Suluh Pendidikan FKIP-UHN*, 04(01), 77–86.
- Sinulingga, N. A. B., Sihotang, H. T., & Kom, M. (2023). *Perilaku Konsumen: Strategi dan Teori*. Iocs Publisher. <https://books.google.co.id/books?id=g646EAAAQBAJ&pg=PA61&dq=Teori+perilaku+konsumen+menunjukkan+bahwa+keputusan+pembelian+atau+pe+milihan+suatu+produk/jasa+tidak+hanya+dipengaruhi+oleh+faktor+objektif+seperti+harga+dan+kualitas,+tetapi+juga+oleh+faktor+sub>
- Slameto. (2015). *Belajar Dan Faktor-Faktor Yang Mempengaruhinya* (6th ed.). PT. Rineka Cipta.
- Solomon, M., Dann, S., Dann, S., & Russell-Bennett, R. (2002). *Consumer behaviour : buying, having, being*.
- Stribbell, H., & Duangekanong, S. (2022). Satisfaction as a key antecedent for word of mouth and an essential mediator for service quality and brand trust in international education. *Humanities and Social Sciences Communications*, 9(1). <https://doi.org/10.1057/s41599-022-01459-z>

- Sudianti, N. M., Bukhori, M., & Rachmawati, I. K. (2024). Pengaruh Kualitas Pelayanan dan Citra Kampus Terhadap Word of Mouth dengan Kepuasan Mahasiswa sebagai Variabel Intervening (Studi pada Mahasiswa di Fakultas Teknologi dan Informasi pada Institut Bisnis dan Teknologi Indonesia (INSTIKI) Denpasar, Bali). *Jurnal Ilmiah Universitas Batanghari Jambi*, 24(2), 1641. <https://doi.org/10.33087/jiubj.v24i2.4913>
- Sudiantini, D., Meutia, K. I., Narpati, B. N., & Saputra, F. (2023). Hubungan Kualitas Pelayanan, Citra Sekolah, Loyalitas Siswa Dan Keputusan Memilih Sekolah. *Jurnal Ekonomi, Manajemen Pariwisata Dan Perhotelan*, 2(1), 404–408. <https://doi.org/10.55606/jempper.v2i1.881>
- Sugiarti, T., & Rusmana, O. (2022). Kesiediaan Mengadopsi Sistem Aplikasi Pengelolaan Keuangan Sekolah (Siperkasa) dengan Pendekatan Technology Acceptance Model. *Studi Ilmu Manajemen Dan Organisasi*, 3(2), 327–340. <https://doi.org/10.35912/simo.v3i2.1270>
- Sugiyono. (2020). *Metode penelitian kuantitatif, kualitatif dan R&D*. Alfabeta.
- Surya Wijaya, N., Said, S., & Landra, N. (2018). Pengaruh Kualitas Layanan Akademik Dan Harga (Biaya Pendidikan) Terhadap Word of Mouth Melalui Kepuasan Mahasiswa Sebagai Variabel Intervening (Studi Pada Lpk Sekolah Perhotelan Bali). *Jurnal Ilmiah Hospitality Management*, 6(2), 101–104. <https://doi.org/10.22334/jihm.v6i2.25>
- Suryani, A. N., & Gustini, S. (2025). PENGARUH CITRA MEREK DAN BIAYA PENDIDIKAN TERHADAP KEPUTUSAN MAHASISWA BARU TAHUN AKADEMIK 2024/2025 DALAM MEMILIH INSTITUT RAHMANIYAH SEKAYU. *Jurnal Manajemen Kompeten*, 7(2), 80–90.
- Suryani, T., & Lindiawati, S. (2018). The Contribution of Corporate Social Responsibility for Increasing Corporate Image and Word of Mouth in Indonesia Islamic Bank 30. *Journal of Entrepreneurship, Business and Economics*, 6(2), 29–44. www.scientificia.com

- Sutarjo, S., & Widiarto, T. (2023). Pengaruh Kualitas Pelayanan Dan Citra Merek Terhadap Keputusan Pembelian Pada Marketplace Zalora Indonesia Dimediasi Word of Mouth. *JABE (Journal of Applied Business and Economic)*, 10(1), 32. <https://doi.org/10.30998/jabe.v10i1.20410>
- Sutoyo, N. M., & Qammaddin. (2023). Penerapan Metode Theory Of Planned Behavior (TPB) dan Technology Acceptance Model (TAM) Pada Pengguna. *Justek : Jurnal Sains Dan Teknologi*, 6(3), 345–355. <https://journal.ummat.ac.id/index.php/justek/article/view/17160>
- Sya'idah, E. H. S., & Jauhari, T. (2024). Pengaruh Brand Image Terhadap Keputusan Memilih Sekolah Di MTs Arrahmah Purwotengah Papar Kediri. *Primanomics : Jurnal Ekonomi & Bisnis*, 22(1), 132–139. <https://doi.org/10.31253/pe.v22i1.2695>
- Tjiptono, F. (2011). *Strategi Pemasaran* (3rd ed.). CV Andi Offset.
- Tjiptono, F. (2015). *Strategi Pemasaran* (4th ed.). Andi Offset.
- Wahidah, M. S., Pudyaningtyas, A. R., & Zuhro, N. S. (2024). Hubungan Reputasi Sekolah Dengan Keputusan Orang Tua Dalam Memilih Sekolah. *Kumara Cendekia*, 11(4), 383. <https://doi.org/10.20961/kc.v11i4.65250>
- Widiyanti, W. (2017). Motivasi Kerja Terhadap Kinerja Pegawai pada Dinas Kependudukan dan Pencatatan Sipil Kota Depok. *Cakrawala-Jurnal Humaniora*, 17(2), 132–138.
- Wirawan, R., Mildawati, T., & Suryono, B. (2022). Determinan Pengambilan Keputusan Investasi Berdasarkan Norma Subjektif, Kontrol Perilaku, Dan Perilaku Heuristik. *EKUITAS (Jurnal Ekonomi Dan Keuangan)*, 6(1), 43–57. <https://doi.org/10.24034/j25485024.y2022.v6.i1.5163>
- Wisnalmawati, W., Handayani, W., & Conceicao, O. da. (2021). Fasilitas Aplikasi Pendidikan dan Suasana Akademik Dapat Menciptakan Kepuasan dan Dampaknya Terhadap Word of Mouth Mahasiswa. *E-Journal Ekonomi Bisnis Dan Akuntansi*, 8(1), 102. <https://doi.org/10.19184/ejeba.v8i1.22047>
- Witono, O. B. (n.d.). Dampak Zonasi PPDB: Sekolah Swasta Terkikis dan Terpinggirkan. *Jppn.Com*, 2024. <https://m.jpnn.com/news/dampak-zonasi-ppdb-sekolah-swasta-terkikis-dan-terpinggirkan>

- Wulandari, F., Hermawan, S., Fitriyah, H., & Nurasik, N. (2022). a Literature Review: Riset Akuntansi Keperilakuan Di Indonesia. *Jurnal Akuntansi*, 11(2), 157–175. <https://doi.org/10.37932/ja.v11i2.597>
- Yanti, D. I., & Saraswati, E. (2020). Analisis Strategi Segmenting, Targeting dan Positioning Pengaruhnya terhadap Keputusan Konsumen Menggunakan Produk Hijab Merek Azara. *JAMIN : Jurnal Aplikasi Manajemen Dan Inovasi Bisnis*, 3(1), 94. <https://doi.org/10.47201/jamin.v3i1.67>
- Yuanita, B. (2021). Pengaruh Citra Merek, Kualitas Produk, Dan Gaya Hidup Terhadap Keputusan Pembelian Smartphone Oppo. *Forum Ilmiah*, 18(2), 150–161.
- Yulfinarsyah, Y. (2021). Sikap, Norma Subyektif, Perceived Behavioral Control dan Perceived Risk pada Intensi Menggunakan Produk Energi. *IKON Jurnal Ilmu Komunikasi*, 26(2), 132–145.