



**PENGARUH *WORD OF MOUTH*, BIAYA PENDIDIKAN, DAN FASILITAS
MADRASAH TERHADAP KEPUTUSAN WALI SANTRI MADRASAH DINIYAH
(Studi kasus pada Wali Santri Madrasah Diniyah Masjid Agung An-Nuur Batu)**

SKRIPSI

**Diajukan Sebagai Salah Satu Syarat
Untuk Memperoleh Gelar Sarjana Manajemen**

Oleh:

SANIA PUTRI NUR HALIZAH

22001081337



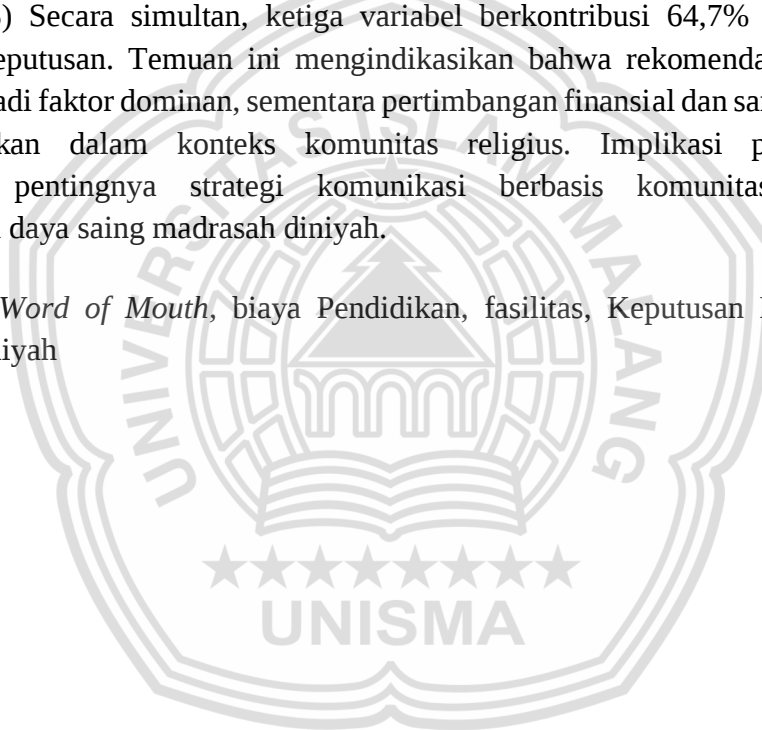
**UNIVERSITAS ISLAM MALANG
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS
MALANG**

2024

ABSTRAK

Pemilihan madrasah diniyah sebagai lembaga pendidikan keagamaan bagi anak melibatkan pertimbangan multidimensi dari wali santri, termasuk faktor sosial, ekonomi, dan infrastruktur. Penelitian ini bertujuan menganalisis pengaruh Word of Mouth (WOM), Biaya Pendidikan, dan Fasilitas terhadap keputusan wali santri Madrasah Diniyah Masjid Agung An-Nuur Kota Batu. Metode kuantitatif diterapkan dengan pengumpulan data primer melalui kuesioner yang disebarakan kepada 63 wali santri sebagai sampel. Data dianalisis menggunakan regresi berganda pada IBM SPSS. Hasil penelitian menunjukkan: (1) WOM berpengaruh signifikan secara parsial terhadap keputusan pemilihan; (2) Biaya Pendidikan dan Fasilitas tidak memiliki pengaruh signifikan secara individual; (3) Secara simultan, ketiga variabel berkontribusi 64,7% terhadap variabilitas keputusan. Temuan ini mengindikasikan bahwa rekomendasi sosial (WOM) menjadi faktor dominan, sementara pertimbangan finansial dan sarana fisik tidak signifikan dalam konteks komunitas religius. Implikasi penelitian menekankan pentingnya strategi komunikasi berbasis komunitas untuk meningkatkan daya saing madrasah diniyah.

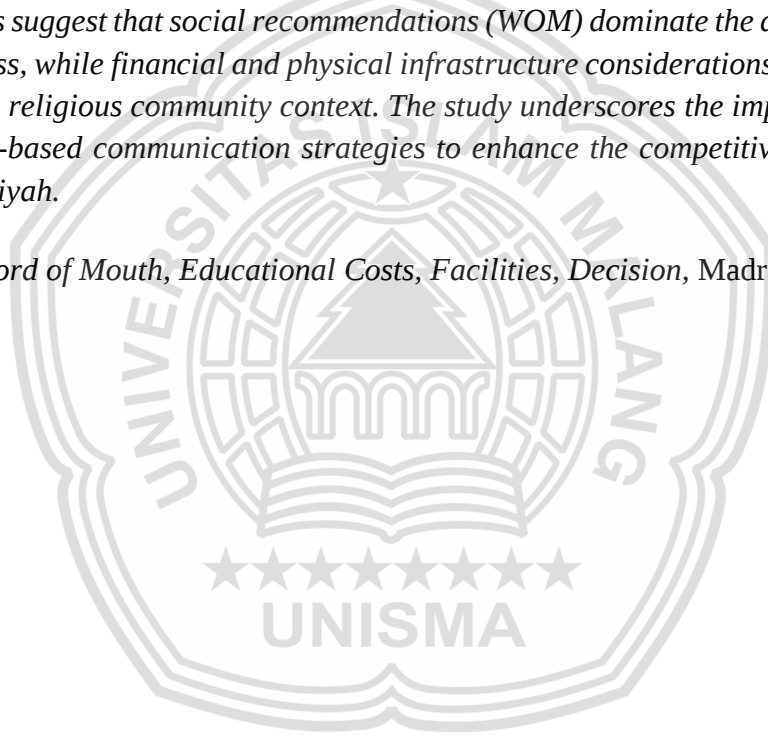
Kata Kunci: *Word of Mouth*, biaya Pendidikan, fasilitas, Keputusan Memilih, Madrasah Diniyah



ABTSRACT

The selection of a diniyah madrasah (Islamic educational institution) for children involves multidimensional considerations from guardians, including social, economic, and infrastructural factors. This study aims to analyze the influence of Word of mouth (WOM), Education Costs, and Facilities on the decision-making of guardians at Madrasah Diniyah Masjid Agung An-Nuur in Batu City. A quantitative method was employed, with primary data collected through questionnaires distributed to 63 guardians as the research sample. Data were analyzed using multiple regression in IBM SPSS. The results indicate: (1) WOM has a significant partial influence on the selection decision; (2) Education Costs Facilities show no significant individual effects; (3) Collectively, the three variables account for 64.7% of the decision variability. These findings suggest that social recommendations (WOM) dominate the decision-making process, while financial and physical infrastructure considerations are less critical in this religious community context. The study underscores the importance of community-based communication strategies to enhance the competitiveness of madrasah diniyah.

Keywords: Word of Mouth, Educational Costs, Facilities, Decision, Madrasah



BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar belakang

Awal mula pendidikan Islam di Indonesia dapat ditelusuri dari pendirian masjid, pesantren, surau, dan madrasah. Seiring berjalannya waktu, peran lembaga-lembaga ini telah berkembang. Dapat dikatakan bahwa hanya pesantren dan madrasah yang masih bertahan sebagai lembaga pendidikan Islam hingga saat ini. Membahas madrasah dalam konteks Indonesia, kita akan menemukan sebuah lembaga pendidikan Islam yang berasal dari kebutuhan masyarakat yang teridentifikasi, dirancang oleh masyarakat, dan ditujukan untuk masyarakat. Pendirian Madrasah Diniyah didasari oleh aspirasi masyarakat Islam untuk mengupayakan integrasi yang harmonis antara ilmu agama dan ilmu umum. Madrasah di Indonesia memiliki sejarah yang panjang, dengan contoh-contoh awal yang diketahui berasal dari abad ke-20. Sejarah madrasah tidak dapat dipisahkan dari gerakan reformasi Islam di Timur Tengah dan kebijakan pendidikan pemerintah Hindia Belanda, yang pada awalnya mengembangkan sistem sekolah.

Pengakuan pemerintah dan masyarakat terhadap keberadaan madrasah sebagai lembaga pendidikan yang mapan menjadi semakin nyata. Sebelum diberlakukannya Undang-Undang Sistem Pendidikan Nasional (No. 20 Tahun 2003), Madrasah Diniyah (MADIN) lebih dulu disebut sebagai Madrasah (Daulay, 2009: 21). Madrasah memiliki karakteristik yang khas, yang dapat dianalisis dari berbagai perspektif. Untuk beradaptasi dengan lanskap sosial-politik yang terus berkembang, madrasah secara

konsisten berevolusi, menghasilkan beragam model yang mencerminkan karakteristik unik mereka. Bahkan, pemerintah telah menunjukkan minat yang semakin besar terhadap kemajuan madrasah, yang dibuktikan dengan upaya-upaya untuk mengakui dan mendukung perkembangannya. Madrasah secara resmi tercantum di bawah pengawasan dan pengelolaan Kementerian Agama (Kemenag) seperti yang telah tertera dalam UU Sisdiknas No. 20 tahun 2003, yang dalam UU tersebut dijelaskan bahwa Madrasah setara dengan pendidikan secara umum perjenjang.

Sistem pendidikan Madrasah meliputi tiga tingkatan: dasar, menengah, dan atas. Masing-masing dikenal sebagai madrasah ibtidaiyah, madrasah tsanawiyah, dan madrasah aliyah. Sementara itu, madrasah diniyah, yang merupakan bagian integral dari sistem pendidikan Islam di Indonesia, diklasifikasikan sebagai lembaga pendidikan non-formal. Kategori ini merupakan kelanjutan dari madrasah-madrasah yang ada pada awal perkembangannya. Secara umum, madrasah diniyah adalah lembaga pendidikan yang seluruh kurikulumnya dikhususkan untuk studi agama Islam. Hal ini memungkinkan siswa untuk mendapatkan pemahaman yang komprehensif tentang ilmu-ilmu agama melalui penyajian pengetahuan yang sistematis dan menyeluruh.

Sementara madrasah umum biasanya menganut kurikulum terstruktur, madrasah diniyah ini tidak memiliki kurikulum formal. Perlu dicatat bahwa lembaga ini telah berkembang secara signifikan di dalam masyarakat, karena lembaga ini melayani kebutuhan pendidikan yang penting bagi anak-anak pra-dewasa. Selain itu, lembaga ini telah diakui

secara hukum oleh pemerintah melalui pemberlakuan undang-undang dan peraturan terkait. Oleh karena itu, sangat penting bagi Madrasah Diniyah untuk memiliki kurikulum yang mendukung, struktur administrasi yang mapan, dan manajemen yang profesional. Sehingga banyak orang tua yang memilih madrasah diniyah sebagai tempat Pendidikan agama bagi putra putrinya.

Keputusan minat wali santri dalam memilih tempat Pembelajaran yang diinginkan adalah proses pengambilan keputusan di mana wali murid menimbang pilihan-pilihan yang tersedia bagi mereka dengan mempertimbangkan keadaan atau kondisi yang berlaku pada saat itu. Jika keadaan atau kondisi ternyata tidak sesuai dengan harapan wali murid, hal ini dapat menimbulkan keraguan yang pada akhirnya dapat mengakibatkan keputusan untuk tidak melanjutkan studi ke institusi yang telah diantisipasi.

Terdapat pertimbangan lain dari wali santri untuk menentukan memutuskan menempuh belajar di madrasah diniyah, seperti faktor *word of mouth* terkait madrasah tersebut seperti apakah ada rekomendasi orang lain yang dikenal dalam lingkungan madrasah, faktor biaya pendidikan yang harus dikeluarkan dalam menempuh studi. Pertanyaan seperti “berapa besar biaya pembangunannya? berapa biaya tiap bulan yang harus dikeluarkan?”, dan faktor fasilitas seperti apakah ruang kelas yang digunakan nyaman atau apakah akses menuju madrasah tersebut mudah atau tidak. Pertanyaan-pertanyaan tersebut akan selalu muncul di benak wali santri setiap memutuskan untuk melanjutkan pendidikan.

Madrasah Diniyah terutama bergerak di bidang pendidikan, dengan tujuan utama untuk menyediakan layanan berkualitas tinggi yang memenuhi harapan wali murid. Wali murid yang puas akan menyebarkan rekomendasi melalui komunikasi dari mulut ke mulut (*word of mounth*). Semakin banyak jumlah wali murid yang memberikan rekomendasi, semakin luas pula penyebaran rekomendasi dari mulut ke mulut. Sejumlah besar penelitian telah menunjukkan peran penting rekomendasi dari mulut ke mulut dalam penyebaran informasi tentang layanan pendidikan.

Salah satu metode untuk mempengaruhi konsumen agar mempertimbangkan Madrasah Diniyah Masjid Agung An-Nuur Kota Batu sebagai pilihan potensial adalah melalui rekomendasi dari *word of mounth*. Dalam konteks pemasaran dari mulut ke mulut, istilah ini mengacu pada kegiatan yang menghasilkan penyebaran informasi dan promosi produk atau jasa perusahaan. Konsumen terlibat dalam kegiatan dari mulut ke mulut dengan tujuan berbagi ide, pendapat, dan informasi dengan orang lain tentang produk dan layanan yang mereka beli atau gunakan. Kegiatan tersebut memungkinkan konsumen untuk memastikan kualitas suatu bisnis, sehingga menginformasikan proses pengambilan keputusan mereka.

Promosi dari mulut ke mulut dianggap sebagai faktor penting yang memengaruhi pilihan konsumen karena kemampuannya untuk menyebarkan informasi dengan cepat. Selain itu, promosi dari mulut ke mulut dianggap sebagai strategi yang lebih efektif untuk menarik minat konsumen, karena didasarkan pada pengalaman individu dengan suatu produk atau layanan. (Maulana et al., 2020). Namun, bagi sebagian orang

word of mouth juga tidak memiliki pengaruh dalam pengambilan keputusan, seperti yang diteliti oleh Ulfi Maranisy (2024) mengatakan bahwa *word of mouth* tidak memiliki pengaruh terhadap keputusan konsumen dalam memilih jasa *wedding organizer*.

Word of Mouth merupakan upaya memperkenalkan dan merekomendasikan produk barang atau jasa yang telah di konsumsinya setelah mendapatkan kepuasan dari penggunaan barang atau jasa tersebut, sehingga dapat memberikan informasi kepada orang lain mengenai kelebihan, fungsi, dan harga yang ditawarkan (Sudirjo et.al, 2021).

Word of Mouth lebih dipercaya karena berasal dari orang yang dikenal secara langsung, memberikan informasi personal yang lebih kuat dan emosional. Metode ini tidak memerlukan teknologi, sehingga efektif untuk audiens yang kurang terpapar teknologi. *Word of Mouth* memiliki resiko yang lebih rendah terhadap ulasan negatif yang tersebar luas, karena umpan balik negative biasanya hanya terbatas pada lingkaran sosial yang lebih kecil (Aryatilandi et.al, 2020). Dalam konteks ini, sumber terpercaya dari mulut ke mulut dengan informasi produk yang kredibel dan relevan adalah teman dan keluarga. Pada dasarnya aktivitas *word of mouth* terjadi saat wali santri maupun santri melakukan pembicaraan seputar kegiatan santri diluar sekolah formalnya yaitu tentang madrasah diniyah kemudian hasil dari pembicaraan itu akan membuat Sebagian besar dari mereka yang tidak masuk dalam madrasah diniyah mengakses info seputar madrasah diniyah yang dibicarakan tadi, Oleh sebab itu Madrasah Diniyah Masjid Agung An-Nuur Kota Batu yang merupakan salah satu madrasah diniyah

yang berada dikota Batu perlu kiranya dalam proses melakukan pemasaran usaha jasa harus mencatumkan bahwa memiliki fasilitas yang cukup bagus dan lengkap guna menarik minat konsumen untuk memilih Madrasah Diniyah Masjid Agung An-Nuur Kota Batu sebagai pilihan, Selain menjelaskan biaya pendidikan yang lebih ekonomis dibandingkan dengan kompetitor, metode *Word of mouth* juga digunakan sebagai sarana promosi yang transparan. Hal ini dilakukan dengan tujuan untuk menumbuhkan persepsi positif di kalangan wali murid atau calon wali murid, dengan maksud untuk mempengaruhi keputusan mereka dalam memilih Madrasah Diniyah sebagai lembaga pendidikan Islam pilihan mereka.

Penentuan biaya produk jasa yang dilakukan oleh sebuah madrasah sangat berpengaruh dalam keputusan wali santri untuk menentukan pilihan pada produk jasa tersebut. Menurut Rivandi (2021), biaya pendidikan mempunyai pengaruh yang kuat terhadap keputusan, hal ini disebabkan karena biaya pendidikan nantinya akan dikeluarkan secara terus-menerus selama proses pendidikan itu berlangsung. Biasanya wali santri dalam madrasah akan membandingkan biaya pendidikan. Biaya pendidikan harus sesuai dengan biaya pendidikan dasar standar relatif terhadap pendapatan wali murid saat memilih layanan. Dalam lingkungan kompetitif saat ini, madrasah harus bersaing berdasarkan biaya pendidikan, karena biaya ini dapat berdampak signifikan pada keputusan wali murid saat memilih madrasah.

Namun, bagi beberapa orang, besarnya biaya pendidikan mungkin tidak menjadi faktor penentu dalam pengambilan keputusan. Hal ini

dikarenakan mereka lebih memprioritaskan nilai dan manfaat yang akan didapatkan dari pendidikan tersebut. Seperti yang telah diteliti oleh Elisanovi (2015a), bagi mahasiswa asing yang berada di UIN Suska Riau variabel biaya pendidikan tidak berpengaruh terhadap keputusan mahasiswa asing untuk memilih UIN Suska Riau.

Sebagaimana didefinisikan oleh Wijaya (2010: 84), istilah “biaya pendidikan” mencakup semua jenis biaya yang dikeluarkan untuk tujuan menyelenggarakan dan memfasilitasi kegiatan pendidikan. Sesuai dengan prinsip ekonomi, manusia terdorong untuk mengejar manfaat sebesar-besarnya dengan biaya serendah mungkin. Biaya yang dibebankan kepada pengguna jasa harus sepadan dengan fasilitas yang diberikan, sehingga konsumen-dalam hal ini wali murid-merasa puas dan tidak merasa dirugikan ketika telah memilih madrasah tersebut. Suhardan (2012:22) mendefinisikan biaya pendidikan sebagai total biaya yang dikeluarkan oleh berbagai pemangku kepentingan di sektor pendidikan, termasuk individu siswa, keluarga yang menyekolahkan anaknya, anggota masyarakat secara perorangan, kelompok masyarakat, dan pemerintah. Dengan definisi tersebut, Madrasah Diniyah sebagai lembaga pendidikan tidak dapat mengabaikan fasilitas yang mendukung kenyamanan, keamanan, dan kepuasan wali murid.

Menurut informasi yang peneliti dapatkan di madrasah biaya pendidikan yang ada di Madrasah Diniyah Masjid Agung An-Nuur Kota Batu selama enam tahun terakhir sebagai berikut:

Tabel 1. 1

Biaya Pendidikan

Tahun	Biaya Pendidikan per Bulan
2019	Rp. 15.000
2020	Rp. 15.000
2021	Rp. 20.000
2022	Rp. 20.000
2023	Rp. 30.000
2024	Rp. 30.000

Sumber : Buku Kas SPP Madrasah Diniyah Masjid Agung An-Nuur Kota Batu

Bisa di bilang dengan biaya yang tertera pada tabel diatas sangatlah standar untuk biaya pendidikan madrasah diniyah di kota Batu.

Seperti yang ditegaskan oleh Kotler (2019: 45), fasilitas merupakan aset berwujud yang mendahului penyediaan layanan kepada konsumen. Fasilitas mencakup aspek-aspek seperti kondisi, peralatan, desain interior dan eksterior, serta kebersihan, terutama dalam kaitannya dengan harapan dan pengalaman masyarakat. Menurut Yuriansyah (2013:31), fasilitas yang sesuai dengan harapan konsumen akan menarik perhatian mereka dan mendorong pertumbuhan bisnis. Tjiptono (2016:16) menegaskan bahwa fasilitas merupakan prasyarat untuk menawarkan jasa kepada konsumen. Fasilitas juga sebagai sarana yang sifatnya mempermudah para peserta didik untuk melakukan suatu aktivitas. Fasilitas madrasah merupakan suatu kebutuhan dan pendukung dalam pembelajaran yang dilaksanakan di madrasah hal itu mengingat ketersediaan fasilitas akan membantu memperlancar jalannya kegiatan belajar mengajar di madrasah lebih baik.

Fasilitas yang ada di Madrasah Diniyah Masjid Agung An-Nuur Kota Batu saat ini berupa ruang kelas, aula, masjid, perpustakaan, ustad dan

ustadzah yang berpengalaman, security, tempat parkir yang luas, air minum gratis dan kamar mandi yang memadai. Efektivitas proses pembelajaran akan meningkat ketika siswa memiliki akses ke fasilitas pembelajaran yang komprehensif. Ketersediaan fasilitas yang lebih luas dikaitkan dengan hasil belajar yang lebih positif bagi siswa. Sebaliknya, ketiadaan fasilitas belajar atau akses yang tidak memadai dapat menghambat pembelajaran, yang mengarah pada hasil belajar yang kurang optimal. (Timba, 2019). Namun, hal berbeda terjadi dalam penelitian yang dilakukan oleh Mita Baiti (2018), dimana hasil penelitian menunjukkan bahwa fasilitas tidak berpengaruh terhadap keputusan pada studi kasus Hotel ParagonBiz, Karawaci.

Penelitian tentang keputusan memilih bagi konsumen telah banyak dilakukan oleh beberapa peneliti, dengan hasil yang menunjukkan bahwa beberapa variabel dapat mempengaruhi keputusan memilih. Namun, beberapa hasil penelitian juga terdapat hasil yang bervariasi dan tidak konsisten. Kesenjangan ini menunjukkan perlunya penelitian lebih lanjut untuk memahami kondisi spesifik dalam variabel keputusan memilih. Selain itu, sebagian besar peneliti yang ada lebih berfokus pada studi kasus instansi yang sudah berlandaskan kurikulum yang terstruktur atau madrasah negeri dan kurang adanya peneliti yang menggunakan studi kasus madrasah swasta atau madrasah diniyah yang tidak memiliki kurikulum formal. Melihat dari uraian yang telah disampaikan diatas, maka peneliti ingin mengkaji dengan mengambil judul **“Pengaruh *Word of mouth*, Biaya Pendidikan dan Fasilitas Madrasah Diniyah Terhadap Keputusan**

Wali Santri Memilih Madrasah Diniyah (Studi Kasus Pada Wali Santri Madrasah Diniyah Masjid Agung An-Nuur Kota Batu)”

1.2 Rumusan Masalah

Dari latar belakang di atas , maka rumusan masalah dalam penelitian ini adalah :

- a. Apakah *word of mouth*, biaya pendidikan, dan fasilitas berpengaruh secara simultan terhadap keputusan memilih madrasah diniyah?
- b. Apakah *word of mouth* berpengaruh terhadap keputusan wali santri memilih madrasah diniyah?
- c. Apakah biaya pendidikan berpengaruh terhadap keputusan wali santri memilih madrasah diniyah?
- d. Apakah fasilitas berpengaruh terhadap keputusan wali santri memilih madrasah diniyah?

1.3 Tujuan dan Manfaat Penelitian

1.3.1 Tujuan Penelitian

Sesuai dengan perumusan masalah diatas, maka tujuan penelitian ini adalah sebagai berikut :

- a. Untuk menganalisis pengaruh *word of mouth*, biaya pendidikan, dan fasilitas secara simultan terhadap keputusan memilih madrasah diniyah.
- b. Untuk menganalisis pengaruh *word of mouth* terhadap keputusan wali santri memilih madrasah diniyah.

- c. Untuk menganalisis pengaruh biaya pendidikan terhadap keputusan walisantri memilih madrasah diniyah.
- d. Untuk menganalisis pengaruh fasilitas terhadap keputusan wali santri memilih madrasah diniyah.

1.3.2 Manfaat Penelitian

Hasil penelitian ini diharapkan dapat memberikan manfaat :

- a. Bagi Peneliti

Sebagai pembelajaran untuk lebih bisa meningkatkan kemampuan peneliti untuk membuat dan memahami lebih dalam mengenai Pengaruh *Word of mouth*, Biaya Pendidikan, dan Fasilitas Terhadap Keputusan Wali Santri Memilih Madrasah Diniyah.

- b. Manfaat bagi akademis

Bagi akademis penelitian ini dapat berfungsi sebagai referensi atau pertimbangan bagi akademisi yang meneliti subjek yang sama dan juga dapat berfungsi sebagai kutipan bibliografi yang berkontribusi positif terhadap kemajuan dan perkembangan pengetahuan.

- c. Manfaat bagi peneliti selanjutnya

Penelitian ini dapat berfungsi sebagai sumber referensi, memberikan wawasan tambahan untuk studi-studi mendatang mengenai dampak dari Word of Mouth, Biaya Pendidikan, dan Fasilitas terhadap pengambilan keputusan wali murid dalam memilih Madrasah Diniyah.

d. Manfaat bagi objek peneliti

Dapat menjadi sumber referensi, dari hasil penelitian ini diharapkan dapat menjadi tambahan referensi dan dapat dijadikan sebagai sumber acuan bagi penelitian selanjutnya yang berkaitan dengan *Word of mouth*, Biaya Pendidikan, dan Fasilitas Terhadap Keputusan Wali Santri Memilih Madrasah Diniyah



BAB V

SIMPULAN DAN SARAN

5.1 Simpulan

Tujuan dari penelitian adalah untuk melihat pengaruh *Word of mouth*, Biaya Pendidikan dan Fasilitas terhadap Keputusan Wali Santri Memilih Madrasah Diniyah (Studi Kasus pada Wali Santri Madrasah Diniyah Masjid Agung AN-Nuur Kota Batu). Merujuk pada penelitian yang telah dilakukan, dapat disimpulkan sebagai berikut:

1. Variabel *Word of mouth*, Biaya Pendidikan dan Fasilitas secara bersama-sama berpengaruh signifikan terhadap Keputusan Wali Santri Memilih Madrasah Diniyah.
2. Variabel *Word of mouth* berpengaruh signifikan terhadap Keputusan Wali Santri Memilih Madrasah Diniyah.
3. Variabel Biaya Pendidikan tidak berpengaruh signifikan terhadap Keputusan Wali Santri Memilih Madrasah Diniyah.
4. Variabel Fasilitas tidak berpengaruh signifikan terhadap Keputusan Wali Santri Memilih Madrasah Diniyah.

5.2 Keterbatasan

Dalam penelitian ini, meskipun telah direncanakan namun dalam pelaksanaannya masih terdapat keterbatasan penelitian. Hasil uji Koefisien Determinasi 30,9%, yang artinya variabel *Word of mouth*, Biaya Pendidikan dan Fasilitas hanya berpengaruh sebesar 30,9%. Sedangkan sisanya dijelaskan oleh variabel lain yang tidak terdapat pada penelitian ini.

5.3 Saran

Berdasarkan hasil penelitian yang telah dilakukan, maka peneliti merekomendasikan saran yaitu peneliti selanjutnya diharapkan menambahkan variabel independent yang berbeda yang tidak terdapat di penelitian ini seperti variabel Lokasi, Kualitas Pelayanan, dan Promosi.



DAFTAR PUSTAKA

- Brown, T. J., Barry, T. E., Dacin, P. A., & Gunst, R. F. (2005). *Spreading the word: Investigating antecedents of consumers' positive word-of-mouth intentions and behaviors in a retailing context*. *Journal of the academy of marketing science*, 33(2), 123-138.
- Clothier, P. (1996). *The Complete Computer Trainer*, McGraw-Hill, New York, NY.
- Crawford, G. N. (1998). *Going straight to the source*. *American School and University*. 70(6): 26-28
- Elisanovi. (2015). *Pengaruh Faktor Budaya Dan Biaya Pendidikan Terhadap Keputusan Mahasiswa Asing Dalam Memilih Universitas Islam Negeri Sultan Syarif Kasim Riau*. *Jurnal Al-Iqtishad*, Edisi 11 Volume II, 128-132.
- EPA (2000). *Indoor air quality and student performance*. *Environmental Protection Agency (EPA) report number EPA 402-F-00-009*.
- Friday, S., & Cotts, D. G. (1995). *Quality Facility Management: A Marketing and Customer Service Approach*. Wiley.
- Habir, H., Zahara, Z., & Farid, F. (2018). *Pengaruh Citra Merek Dan Word of mouth Terhadap Keputusan Pembelian Sepeda Motor Yamaha*. *Jurnal Ilmu Manajemen Universitas Tadulako (JIMUT)*, 4(3), 211-218
- Hamilton, K., Shih, S., & Mohammed, S. (2016). *The development and validation of the rational and intuitive decision styles scale*. *Journal of Personality Assessment*. DOI: 10.1080/00223891.2015.1132426
- Hayati, J. S. (2020). *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*. STIE Mahardika Surabaya.
- Ishak, N. A., & Abdulahsani, S. I. (2018). *The students' satisfaction towards school facilities at tahfiz schools*.
- Kennedy, M. (2001). *Into thin air*. *American School & University*, 73(6), 32.
- Khasanah, N. (2012). *Faktor-faktor yang mempengaruhi orang tua dalam pengambilan keputusan memilih sekolah dasar swasta (SD Virgo Maria 2 dan SDIP. H. Soebandi Kecamatan Bawen Kabupaten Semarang)*. *Satya Widya*, 28(2), 137-146.
- Kotler Philip dan Lane Keller, Kevin. 2009. *Manajemen pemasaran*. 13th edition, Jilid 2 terjemahan bob subran. Jakarta: Erlangga
- Kotler, P., & Keller, K. L. (2016). *Marketing Management* (15th ed.). England, Pearson Education, Inc.

- Laili, A. N., Rachma, N., & Primanto, A. B. (2023). Pengaruh Lokasi Pesantren, Biaya Pendidikan, Kualitas Layanan Terhadap Keputusan Memilih Pesantren Kampus Ainul Yaqin Universitas Islam Malang. *E-JRM: Elektronik Jurnal Riset Manajemen*, 12(1).
- Lemasters, L.K. (2002). *A synthesis of studies pertaining to facilities, student achievement, and student behavior. Unpublished doctoral dissertation. (ED447687). Blacksburg, VA. Virginia Polytechnic and State University.*
- Lubis, A. S., Amalia, A., & Simanjuntak, S. (2021). 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*, 1(1).
- Maharani, A. R. (2017). Analisis Biaya Satuan Pendidikan Mahasiswa Angkatan 2013 Fakultas Keguruan & Ilmu Pendidikan Universitas Kristen Satya Wacana Salatiga Tahun 2016/2017 (*Doctoral dissertation, Program Studi Pendidikan Ekonomi FKIP-UKSW*).
- Maranisya, U., & Putra, R. A. (2024). Pengaruh Promosi Digital Marketing Dan *Word of mouth* terhadap Keputusan Konsumen Dalam Memilih Jasa Wedding Organizer Siapnikah. Id. *Journal of Student Research*, 2(2), 140-146.
- Masrof, M. (2018). Peranan Madrasah Diniyah Dalam Meningkatkan Akhlak Santri Di Madrasah Diniyah Baiturrahman Bedug Ngadiluwih Kediri (*Doctoral dissertation, IAIN Kediri*).
- Mowen, John; Minor Michael; Dwi Kartini Yahya. (2002). Perilaku konsumen / John C, Mowen, Michael Minor ; alih bahasa, Dwi Kartini Yahya. Jakarta: Erlangga.
- Nadzifah, S., Basalamah, M. R., & Ramadhan, T. S. (2023). Pengaruh Lokasi, Biaya Pendidikan, dan *Word of mouth* Terhadap Keputusan Memilih Pondok Pesantren (Studi Kasus Pada Pondok Pesantren Shirotul Fuqoha Putri). *E-JRM: Elektronik Jurnal Riset Manajemen*, 12(01).
- Nasution, A. (2023). Pengaruh Citra Merek (*Brand Image*) Dan Persepsi Biaya Pendidikan Terhadap Keputusan Orang Tua Siswa Memilih MTs Nurul Ilmi Ujung Gading Julu Kec. Simangambat Kab. Padang Lawas Utara (*Doctoral dissertation, UIN Sunan Kalijaga Yogyakarta*).
- Nehra. (2023). Pengumpulan Informasi: Penjelasan Konsep, Teknik dan Alat. Diakses pada 1 Juni 2024, dari <https://www.linkedin.com/pulse/information-gathering-concepts-techniques-tools-explained-nehra>
- Nizah, N. (2016). Dinamika Madrasah Diniyah: Suatu Tinjauan Historis. *Edukasia: Jurnal Penelitian Pendidikan Islam*, 11(1).
- Nugroho, A. (2023). Analisis Pengaruh Mutu Sekolah Dan Fasilitas Sekolah Terhadap Keputusan Pemilihan Sekolah Serta Implikasinya Terhadap Kepuasan Siswa Bersekolah Di MAN 14 Jakarta. *Secondary: Jurnal Inovasi Pendidikan Menengah*, 3(2), 176-184.

- Nurhakim, R., & Tafsiruddin, M. (2024). Pengaruh Promosi dan Fasilitas terhadap Keputusan Siswa Memilih Sekolah di SMA Nusantara Plus. *Jurnal PenKoMi: Kajian Pendidikan dan Ekonomi*, 7(1), 225-234.
- Özdemir, A., Tozlu, E., Şen, E., & Ateşoğlu, H. (2016). *Analyses of word-of-mouth communication and its effect on students' university preferences. Procedia-Social and Behavioral Sciences*, 235, 22-35.
- Persada, B., Pujiati, P., & Nurdin, N. (2018). Pengaruh Biaya Pendidikan Terhadap Keputusan Siswa Memilih Sekolah. *Economic Education And Entrepreneurship Journal*, 1(2), 71-80.
- Phillips, R. (1997). *Educational facility age and the academic achievement of upper elementary school students. D. Ed. diss., University of Georgia*.
- Rahmi, W. (2021). Pengaruh Fasilitas Belajar Terhadap Minat Belajar Siswa Pada Mata Pelajaran Ekonomi Di Madrasah Aliyan Muhammadiyah Pekanbaru (*Doctoral dissertation*, Universitas Islam Negeri Sultan Syarif Kasim Riau).
- Rivandi, M., & Kemala, E. R. (2021). Pengaruh Motivasi, Biaya Pendidikan dan Lama Pendidikan Terhadap Minat Mahasiswa Akuntansi Mengikuti Pendidikan Akuntansi (PPAk) di Universitas Dharma Andalas. *Jurnal Ekonomi dan Bisnis Dharma Andalas*, 23(1), 94-108.
- Rolanda, M. V. (2019). Pengaruh Faktor-Faktor Pembentuk *Word of mouth* Terhadap Keputusan Pembelian Di Kafe Flamboyan Bandar Lampung.
- Rose, J. (2002). *Human Stress and the Environment: Health Aspects*, Gordon and Breach Science Publishers, Philadelphia, PA.
- Rosha, Z., Wati, L., & Dharma, S. (2017). Faktor-Faktor yang Mempengaruhi Orang Tua dalam Pengambilan Keputusan Memilih Sekolah Dasar Islam Al-Azhar 32 Padang. *Jurnal Apresiasi Ekonomi*, 5(3), 139-147.
- Schneider, M. (2002). *National Clearinghouse for Educational Facilities*, www.edfacilities.org
- Setiawan, R. M. (2022). Pengaruh *Brand Image* Dan *Word of mouth* Lembaga Pendidikan Terhadap Keputusan Pembelian Jasa Pendidikan di MI Terpadu Amaanatul Ummah Kauman (*Doctoral dissertation*, IAIN Ponorogo).
- 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.
- Suharyanto, S. (2018). *Dampak Kualitas Pelayanan Dan Biaya Kuliah Terhadap Kepuasan Mahasiswa Universitas X Bandung. ENSAINS JOURNAL*, 1(1), 44-55.
- Suhaylide, Irna Siskatrin. (2013). Pengaruh Mutu Layanan Akademik dan Biaya Pendidikan Terhadap Kepuasan Mahasiswa. Universitas Pendidikan Indonesia.
- Supriyani, & Susilo, M. (2016). Pengaruh Strategi Bauran Pemasaran terhadap Keputusan Siswa Dalam Memilih Madrasah Aliyah Negeri Tuban. *Jurnal Dinamika Manajemen Pendidikan*, 1 (1), 68-78.

- Thompson, D. (2021). *Income as a Moderator in the Relationship Between Tuition Fees and Higher Education Choices*. *Sociology of Education Review*, 35(3), 145-160.
- Timba, F. N. S. (2019). Pemanfaatan Fasilitas Belajar terhadap Minat Belajar Peserta Didik Kelas V SD Katolik 008 NITA 1 Kecamatan Sikka Kabupaten Sikka Tahun 2019. *Serambi PTK*, 6(3), 151-161.
- Tjiptono, Fandy. (2015). Strategi Pemasaran. Edisi 4. Yogyakarta : Andi.
- Waddick, J. (1997), "*Physical considerations in the development of a computer*", *British Journal of Educational Technology*, 28(1), pp. 69-71.
- Yogaswara, Mochamad Rizal et al. Pengaruh Faktor Minat dan *Word of mouth* Terhadap Keputusan Mahasiswa Memilih Prodi Manajemen di Universitas Mayjen Sungkono Mojokerto. *CERMIN: Jurnal Penelitian*, [S.l.], v. 7, n. 2, p. 441-448, dec. 2023. ISSN 2615-3238.
- Yuniarti, V. S. (2016). *Ekonomi Makro Syariah* (Vol. 117). Pustaka Setia.
- Zarkasih, A., Widarko, A., & Brotosuharto, M. K. A. (2022). Pengaruh Lokasi Pesantren, Biaya Pendidikan Dan *Word of mouth* Terhadap Keputusan Memilih Pondok Pesantren (Studi kasus pada santri di pondok pesantren Ar-Rahman Malang). *E-JRM: Elektronik Jurnal Riset Manajemen*, 11(05)

