

DAFTAR PUSTAKA

- Abdillah, W., & Herawati, A. (2018). Pengaruh bauran pemasaran (7P) terhadap pengambilan keputusan siswa dalam memilih sekolah berbasis entrepreneur: Studi pada SMA Muhammadiyah 9 Surabaya. *Jurnal Manajemen Pendidikan*, 8(2), 75-83.
- Akbar, R. A. (2023). Pengaruh strategi promosi terhadap keputusan memilih sekolah menengah. *Jurnal Ilmu Manajemen Pendidikan*, 12(2), 101–110.
- Alfandi, M. N. (2022). Fasilitas belajar dan dampaknya terhadap efektivitas pembelajaran siswa. *Jurnal Sarana Pendidikan*, 10(1), 34–42.
- Alfidha Fajri, Rasipan, & Jayadi. (2020). Pengaruh biaya pendidikan dan promosi terhadap keputusan memilih Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi IPWI Jakarta pada program sarjana. *Jurnal Pendidikan dan Ekonomi*, 12(1), 34-42.
- Amri Yahya. (2021). *Manajemen biaya pendidikan dalam sistem pendidikan modern*. Penerbit Pendidikan Nasional.
- Anggreni, R., Sari, D., & Putri, L. (2022). Peranan fasilitas dalam menunjang proses pembelajaran di sekolah dasar. *Jurnal Pendidikan dan Pembelajaran*, 9(2), 78–85.
- Ardila, F. (2022). Biaya pendidikan dan minat masyarakat dalam memilih sekolah swasta. *Jurnal Ekonomi Pendidikan*, 8(3), 210–219.
- Ari. (2020). *Metode penelitian dan aplikasi statistik untuk ilmu sosial dan pendidikan*. Pustaka Ilmu.
- Assael, H. (2021). *Consumer behavior and marketing strategy*. New York, NY: McGraw-Hill.
- Arwani, M., Fitriani, L. K., & Rahmantya, Y. E. K. (2024). Efek Komunikasi Pemasaran Terhadap Minat Melanjutkan Studi Di STikes KHAS Kempek Dengan Citra Kampus Dan Kualitas Pendidikan Sebagai Variabel Intervening. *Entrepreneur: Jurnal Bisnis Manajemen dan Kewirausahaan*, 5(3), 299-305.
- Buku Panduan Penulisan Karya Ilmiah Universitas Kuningan. 2022
- Chayani, A., & Januardi, T. (2019). Definisi dan fungsi fasilitas dalam mendukung pelaksanaan kegiatan pendidikan. *Jurnal Manajemen Pendidikan*, 7(1), 34–40.
- Cummins, J. (2019). *Effective promotion techniques in marketing*. Marketing Insights Journal, 5(2), 45–52.
- Cummins, J. (2019). *Marketing promotion techniques*. London: Routledge.
- Dalyono, A. (2019). Indikator fasilitas belajar dalam pendidikan. *Jurnal Pendidikan dan Pengajaran*, 6(2), 123–130.
- Dalyono, A. (2019). Indikator fasilitas belajar di sekolah dasar. *Jurnal Manajemen Pendidikan*, 14(2), 88-95.
- Damayanti, N. (2017). Analisis biaya pendidikan dalam meningkatkan akses pendidikan dasar. *Jurnal Administrasi Pendidikan*, 6(1), 55–63.

- Daulay, M., Siregar, A., & Nasution, R. (2022). Fasilitas sebagai penunjang efektivitas pelaksanaan usaha pendidikan. *Jurnal Pendidikan dan Manajemen*, 11(3), 102–110.
- Daulay, R., Anggreni, S., & Muhamad, D. (2022). Fasilitas pendidikan sebagai pendukung proses belajar mengajar. *Jurnal Pendidikan*, 10(3), 45–54.
- Dikdik Harjadi, S. E., & Fitriani, L. K. (2024). *MARKETING (TEORI DAN KONSEP)*. PT Arr Rad Pratama.
- Erinawati, F. (2021). Pengaruh kualitas pelayanan, harga, dan promosi terhadap keputusan memilih sekolah. *Jurnal Ilmu Pendidikan*, 10(3), 50–58.
- Fajar, S. (2017). Studi empiris tentang biaya pendidikan dan pemilihan sekolah dasar swasta. *Jurnal Ekonomi dan Pendidikan*, 5(2), 72–80.
- Fattah, M. (2019). Pengelolaan biaya pendidikan untuk keberlanjutan sekolah. *Jurnal Manajemen Pendidikan*, 11(1), 45–53.
- Fauzi, I. (2023). Pengaruh promosi dan produk terhadap pengambilan keputusan memilih madrasah. *Jurnal Pendidikan Islam*, 15(1), 23–31.
- Felix, R. (2020). University and course choice: Implications for positioning, recruitment and marketing. *International Journal of Educational Management*, 34(4), 781–793.
- Ferdinand, A. (2019). *Marketing management concepts and practices*. Bandung: Remaja Rosdakarya.
- Ferdinand, A. (2020). *Metode penelitian manajemen*. BP Undip.
- Hanny, M. S. (2023). Fasilitas pendidikan dan pengaruhnya terhadap keputusan memilih sekolah. *Jurnal Manajemen Pendidikan Islam*, 11(1), 88–95.
- Harsono, R. (2019). Efisiensi biaya pendidikan di sekolah dasar. *Jurnal Ekonomi Pendidikan*, 8(3), 90–98.
- Hasan, M. (2004). *Decision making in education*. Jakarta: Bumi Aksara.
- Hasan, M. I. (2004). *Pokok-pokok materi pengambilan keputusan*. Ghalia Indonesia.
- Hidayat, T. (2023). Strategi promosi sekolah dalam meningkatkan jumlah peserta didik baru. *Jurnal Komunikasi Pendidikan*, 9(2), 123–130.
- Irawan, I. C. (2017). Analisis pengaruh bauran pemasaran jasa terhadap keputusan wali murid memilih sekolah dasar. *Jurnal Manajemen Pendidikan Dasar*, 6(2), 40–48.
- Janah, U. (2022). Hubungan antara biaya sekolah dan pilihan orang tua terhadap sekolah anak. *Jurnal Pendidikan dan Kebijakan Publik*, 7(3), 95–102.
- Kamanda, S. V. (2022). Pengaruh kualitas pelayanan dan promosi terhadap keputusan mahasiswa memilih kuliah jurusan manajemen bisnis syariah pada Institut Agama Islam Abdullah Said Batam. *Jurnal Manajemen Pendidikan Islam*, 11(1), 65–73.
- Kinncar, T. C., & Taylor, J. R. (2019). *Marketing research: An applied approach* (dalam Tjiptono, F., 2019). Yogyakarta: Andi.
- Kotler, P. (2019). *Marketing management* (15th ed.). New Jersey: Prentice Hall.
- Kotler, P. (2019). *Marketing management* (15th ed.). Pearson Education.

- Kotler, P. (2021). *Principles of marketing* (18th ed.). Pearson.
- Kotler, P., & Keller, K. L. (2016). *Marketing management* (15th ed.). Pearson Education.
- Kotler, P., & Keller, K. L. (2016). *Marketing management* (15th ed.). Pearson Education.
- Kurnia, D. (2023). Pengaruh fasilitas dan biaya terhadap keputusan memilih sekolah menengah pertama. *Jurnal Evaluasi Pendidikan*, 14(2), 117–125.
- Kurniawan, R. A. (2019). Analisis promosi dan persepsi fasilitas terhadap keputusan memilih sekolah. *Jurnal Pendidikan dan Manajemen*, 6(1), 44–52.
- Lidyawatie, I. (2019). Faktor-faktor yang mempengaruhi minat konsumen. *Jurnal Psikologi Konsumen*, 7(1), 25–33.
- Mahmud, F. (2023). Strategi promosi dalam dunia pendidikan. *Jurnal Pendidikan dan Pemasaran*, 11(1), 12–19.
- Mahmud, S. (2023). Analisis indikator promosi dalam strategi pemasaran perusahaan. *Jurnal Manajemen Pemasaran*, 14(1), 56–64.
- Malau, L. P., Edward, Y. R., Faris, S., & Sianipar, M. R. (2022). The effect of education costs, promotions, and facilities on students' decisions to choose to learn at the Faculty of Medicine, Prima Indonesia University through attitude as a moderating variable. *Journal of Educational Research*, 14(2), 112–125.
- Margana, H. (2019). Analisis faktor-faktor keputusan memilih sekolah di tingkat dasar. *Jurnal Ekonomi dan Bisnis Pendidikan*, 4(2), 133–142.
- Margono, B. (2023). Promosi dan fasilitas sebagai penentu minat memilih sekolah. *Jurnal Penelitian dan Pengembangan Pendidikan*, 10(1), 59–68.
- Matin, S. (2019). Peran biaya pendidikan dalam pencapaian tujuan pendidikan nasional. *Jurnal Pendidikan dan Kebudayaan*, 10(4), 67–75.
- Maulidin, A. R. (2023). Pengaruh promosi, fasilitas, dan biaya terhadap peningkatan jumlah peserta didik. *Jurnal Pendidikan dan Pemasaran*, 13(2), 75–84.
- Mowen, J. C. (2002). *Consumer behavior* (4th ed.). Upper Saddle River, NJ: Prentice Hall.
- Mowen, J. C. (2002). *Consumer behavior* (5th ed.). Prentice Hall.
- Muhamad, F., Hidayat, T., & Arifin, M. (2019). Pengaruh sarana dan prasarana terhadap kualitas pembelajaran. *Jurnal Ilmu Pendidikan*, 8(1), 55–62.
- Muhammad Adam, R. (2019). Peran promosi dalam meningkatkan penjualan produk. *Jurnal Ekonomi dan Bisnis*, 10(3), 112–120.
- Muhammad, A. (2019). Indikator promosi dalam pemasaran. *Jurnal Ilmu Pemasaran*, 5(2), 30–37.
- Nawawi, M. I., Harjadi, D., & Djuniardi, D. (2024). PENGARUH PERSEPSI KUALITAS LAYANAN, TERHADAP PROSES KEPUTUSAN MEMILIH PONDOK PESANTREN DENGAN KEPERCAYAAN DAN CITRA LEMBAGA SEBAGAI VARIABEL

- INTERVENING. *Entrepreneur: Jurnal Bisnis Manajemen dan Kewirausahaan*, 5(2), 139-148.
- Prasetya, R. (2023). Efektivitas promosi dalam menentukan pilihan sekolah di era digital. *Jurnal Inovasi Pendidikan*, 15(1), 23-31.
- Rahmat, A. (2021). Strategi komunikasi promosi lembaga pendidikan dalam meningkatkan minat peserta didik. *Jurnal Komunikasi dan Pendidikan*, 8(2), 100-109.
- Rahmat, S. (2021). Strategi komunikasi pemasaran dalam pendidikan. *Jurnal Manajemen Komunikasi*, 9(3), 45-52.
- Ramadhan, M., & Djuniardi, D. (2024). Peran Persepsi Harga Dalam Memoderasi Hubungan Kualitas Produk terhadap Keputusan Pembelian Air Minum Dalam Kemasan (AMDK) Dikalangan Generasi Z: Bukti dari Kajian Systematic Literature Review. *Entrepreneur: Jurnal Bisnis Manajemen dan Kewirausahaan*, 5(2), 50-60.
- Riduwan, & Enas, N. (2022). Analisis biaya pendidikan dan pengaruhnya terhadap akses pendidikan. *Jurnal Pendidikan dan Sosial*, 13(1), 32-40.
- Rivandi, & Kemala, S. (2021). Biaya pendidikan dan dampaknya pada partisipasi siswa. *Jurnal Pendidikan Tinggi*, 9(2), 102-110.
- Rizky, A., & Yasin, M. (2019). Dimensi minat konsumen dalam perilaku pembelian. *Jurnal Psikologi Pemasaran*, 8(2), 15-22.
- Salim, A. (2020). Biaya pendidikan sebagai indikator keberhasilan penyelenggaraan pendidikan. *Jurnal Ilmu Pendidikan*, 12(3), 54-62.
- Sanajaya, W. (2015). *Strategi pembelajaran berorientasi standar proses pendidikan*. Kencana.
- Slameto. (2018). *Belajar dan faktor-faktor yang mempengaruhinya* (Revisi ke-5). Jakarta: Rineka Cipta.
- Sudrajat, A. (2021). Dinamika pengambilan keputusan dalam konteks pendidikan dan organisasi. *Jurnal Ilmu Sosial dan Pendidikan*, 5(1), 88-96.
- Sugiono. (2019). *Metode penelitian kuantitatif, kualitatif, dan R&D*. Alfabeta.
- Sujarweni, V. W. (2014). Minat memilih sekolah: Faktor internal dan eksternal. *Jurnal Pendidikan Khusus*, 6(1), 40-47.
- Sujarweni, V. W. (2024). Faktor-faktor minat memilih sekolah dalam konteks sosial. *Jurnal Pendidikan dan Masyarakat*, 12(1), 22-30.
- Suliyanto. (2014). *Metodologi penelitian bisnis: Pendekatan kuantitatif untuk bisnis dan ekonomi*. ANDI.
- Supriadi, D. (2020). Biaya pendidikan sebagai komponen instrumental dalam pendidikan. *Jurnal Pendidikan dan Manajemen*, 7(2), 88-95.
- Suryadi, T. (2022). Analisis proses pengambilan keputusan dalam dunia pendidikan. *Jurnal Manajemen dan Pendidikan*, 10(2), 45-53.
- Suryadi, T. (2022). Proses pengambilan keputusan dalam konteks pendidikan. *Jurnal Administrasi Pendidikan*, 13(2), 50-58.
- Suryani, E., & Hendryadi, H. (2015). *Metode penelitian pendidikan: Pendekatan kuantitatif dan kualitatif*. Remaja Rosdakarya.

- Tangkilisan, G. (2014). Bauran pemasaran jasa pendidikan pengaruhnya terhadap keputusan siswa dalam memilih sekolah di SMK N 1 Manado. *Jurnal Pendidikan Vokasi*, 5(1), 55-62.
- Thamrin, M. (2021). Perilaku konsumen dalam memilih produk. *Jurnal Ilmu Konsumen*, 9(1), 10-18.
- Tilaar, H. A. R. (2009). *Pengembangan sumber daya manusia: Dalam rangka pembangunan nasional Indonesia*. Rineka Cipta.
- Tjiptono, F. (2019). *Pemasaran jasa* (2nd ed.). Yogyakarta: Andi.
- Togatorop, R. (2019). Indikator biaya sekolah dalam evaluasi pendidikan. *Jurnal Pendidikan dan Kebijakan*, 11(1), 45-52.
- Trihantoyo, S. (2020). Klasifikasi biaya pendidikan dan implikasinya terhadap manajemen sekolah. *Jurnal Manajemen Pendidikan*, 15(2), 75-84.
- Virgin, N. (2024). The influence of price segmentation and quality perceptions on school selection decisions moderated by digital marketing. *International Journal of Educational Marketing*, 9(1), 45-53.
- Wahab, A. (2020). Indikator minat dalam perilaku konsumen. *Jurnal Psikologi Konsumen*, 6(3), 35-42.
- Yanneri dkk (2024). *Metodologi Penelitian Bisnis*. Widina Media Utama. Bandung
- Yogi, H. (2023). Pengaruh ketersediaan fasilitas belajar terhadap keputusan memilih sekolah. *Jurnal Pendidikan Dasar dan Menengah*, 11(2), 112-120.