



ANALYSIS OF SCHOOL SERVICE QUALITY, SCHOOL IMAGE, AND WORD OF MOUTH ON PROSPECTIVE STUDENTS' INTEREST AND ITS IMPACT ON SCHOOL SELECTION DECISIONS AT SAINT JOHN BSD ELEMENTARY SCHOOL

ANALISIS KUALITAS PELAYANAN SEKOLAH, CITRA SEKOLAH DAN WORD OF MOUTH TERHADAP MINAT CALON SISWA SERTA DAMPAKNYA PADA KEPUTUSAN MEMILIH SEKOLAH PADA SD SAINT JOHN BSD

Yenniwati¹, Surya Budiman², Nurmin Arianto³

Program Studi Magister Manajemen, Program Pasca Sarjana, Universitas Pamulang

E-mail: yennicou@gmail.com¹, dosen00464@unpam.ac.id², dosen01118@unpam.ac.id³

ARTICLE INFO

Correspondent

Yenniwati

yennicou@gmail.com

Key words:

School Service Quality, School Image, Word of Mouth, Interest, and Decision.

Website:

<https://idm.or.id/JSER/index.php/JSER>

Page: 205 - 221

ABSTRACT

This study aims to determine the effect of school service quality on student interest, school image on student decision-making, word of mouth on student decision-making, school service quality on student interest, school image on student interest, word of mouth on student interest, and prospective student interest on student decision-making in Saint John Elementary School, BSD, both directly and indirectly. The research method used in this study is quantitative descriptive statistics, and the sample used the Slovin technique for 247 respondents. The analysis and hypothesis testing design in this study uses Partial Least Square (PLS) data processing. The results of the study are concluded that School Service Quality has a significant effect on Decisions, School Image has a significant effect on Decisions, Word of Mouth has a significant effect on Decisions, School Service Quality has a significant effect on Interests, school image significantly influences interest, word of mouth significantly influences interest, and interest significantly influences decisions.

Copyright © 2025 JSER. All rights reserved.

INFO ARTIKEL

Koresponden

Yenniwati
yennicou@gmail.com

Kata kunci:

Kualitas Pelayanan Sekolah, Citra Sekolah, Word of Mouth, Minat dan Keputusan.

Website:

<https://idm.or.id/JSER/index.php/JSER>

Hal: 205 - 221

ABSTRAK

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui pengaruh kualitas pelayanan sekolah terhadap, untuk mengetahui pengaruh citra sekolah terhadap keputusan, untuk mengetahui pengaruh *word of mouth* terhadap keputusan, untuk mengetahui pengaruh kualitas pelayanan sekolah terhadap minat, untuk mengetahui pengaruh citra sekolah terhadap minat, untuk mengetahui pengaruh *word of mouth* terhadap minat, untuk mengetahui pengaruh minat calon terhadap siswa keputusan pemilihan sekolah SD Saint John BSD baik secara langsung maupun tidak langsung. Metode penelitian yang digunakan dalam penelitian ini adalah metode statistik deskriptif kuantitatif dan sampel dalam penelitian ini menggunakan teknik slovin sebanyak 247 responden. Rancangan analisis dan uji hipotesis dalam penelitian ini menggunakan olah data *Partial Least Square* (PLS). Hasil penelitian diperoleh bahwa secara langsung Kualitas Pelayanan Sekolah berpengaruh signifikan terhadap Keputusan, Citra Sekolah berpengaruh signifikan terhadap Keputusan, *Word Of Mouth* berpengaruh signifikan terhadap Keputusan, Kualitas Pelayanan Sekolah berpengaruh signifikan terhadap Minat, Citra Sekolah berpengaruh signifikan terhadap Minat, *Word Of Mouth* berpengaruh signifikan terhadap Minat, dan Minat berpengaruh signifikan terhadap Keputusan.

Copyright © 2025 JSER. All rights reserved

PENDAHULUAN

Realitas persaingan lembaga pendidikan dasar swasta yang semakin ketat, khususnya di wilayah BSD dan sekitarnya. Sekolah tidak hanya dituntut untuk menyelenggarakan pendidikan berkualitas, tetapi juga mampu mengelola persepsi dan pengalaman orang tua sebagai konsumen jasa pendidikan. Secara empiris, fluktuasi jumlah penerimaan siswa baru pada beberapa tahun terakhir menunjukkan bahwa faktor non-akademik, seperti kualitas pelayanan, citra sekolah, dan *word of mouth*, memiliki peran penting dalam membentuk minat dan keputusan orang tua dalam memilih sekolah.

Dalam era persaingan global saat ini, lembaga pendidikan tidak hanya berfungsi sebagai penyelenggara pendidikan, tetapi juga sebagai institusi yang harus mampu memasarkan jasa pendidikannya secara efektif agar dapat menarik minat calon siswa dan mempertahankan eksistensinya. Konsep pemasaran pendidikan (*educational marketing*) menjadi sangat penting, terutama bagi sekolah swasta seperti Sekolah Dasar (SD), yang bersaing untuk mendapatkan kepercayaan masyarakat di tengah banyaknya pilihan lembaga pendidikan dengan kualitas, fasilitas, dan citra yang beragam. Pemasaran adalah proses sosial dan manajerial di mana individu dan kelompok memperoleh apa yang mereka butuhkan dan inginkan melalui penciptaan, penawaran, dan pertukaran produk yang bernilai bagi pihak lain.

Dalam era kompetisi pendidikan yang semakin ketat, setiap sekolah dasar swasta di wilayah perkotaan berusaha menampilkan citra positif (*school image*) untuk menarik minat calon siswa baru. Citra sekolah mencerminkan persepsi masyarakat terhadap kualitas lembaga pendidikan, baik dari segi akademik, fasilitas, lingkungan belajar, maupun nilai-nilai moral yang ditanamkan (Eger, Egerová and PISOŇOVÁ, 2018). Dalam

era kompetisi pendidikan dasar yang semakin ketat, setiap sekolah berlomba membangun citra positif dan memperkuat komunikasi dari mulut ke mulut (*word of mouth*) untuk menarik minat calon siswa baru. SD Saint John BSD, sebagai salah satu sekolah swasta unggulan di kawasan BSD City, Tangerang Selatan, juga menghadapi tantangan serupa.

Meskipun memiliki reputasi yang baik dalam hal kualitas pendidikan, fasilitas, dan tenaga pendidik, SD Saint John BSD tetap perlu bersaing dengan sekolah-sekolah lain di wilayah sekitar seperti Santa Ursula BSD, Al-Azhar BSD, dan Sekolah Global Jaya. Berdasarkan pengamatan awal pada tahun ajaran 2023/2024, jumlah pendaftar baru mengalami fluktuasi, yang menandakan adanya dinamika dalam faktor-faktor yang mempengaruhi minat calon siswa dan keputusan orang tua dalam memilih sekolah.

Tabel 1. Siswa Baru SD Saint John BSD Tahun 2020 - 2025

Tahun Ajaran	Jumlah Siswa baru	Kenaikan/ Penurunan
2019/2020	150 siswa	-
2020/2021	120 siswa	Turun 30 siswa (20%)
2021/2022	90 siswa	Turun 30 siswa (25%)
2022/2023	107 siswa	Naik 17 siswa (19%)
2023/2024	99 siswa	Turun 8 siswa (7,48%)
2024/2025	80 siswa	Turun 19 siswa (19,19%)
Jumlah	646	

Sumber: SD Saint John BSD, 2025

Berdasarkan Tabel 1, Tahun Ajaran 2019/2020 merupakan tahun dengan jumlah penerimaan baru tertinggi sebanyak 150 siswa baru. Hal ini menunjukkan citra sekolah dan promosi yang masih kuat, serta kepercayaan masyarakat terhadap kualitas SD Saint John BSD pada periode awal. Tahun Ajaran 2020/2021 Terjadi penurunan signifikan sebesar 20%. Tahun Ajaran 2021/2022 jumlah siswa baru kembali menurun menjadi 90 siswa, atau turun sebesar 25% dari tahun sebelumnya. Tahun Ajaran 2022/2023 terjadi kenaikan sebesar 107 siswa atau naik sebesar 19% dari tahun sebelumnya. Tahun Ajaran 2023/2024 jumlah penerimaan menurun kembali menjadi 99 siswa, atau turun 7,48% dibanding tahun sebelumnya. Tahun Ajaran 2024/2025 terjadi penurunan kembali sebesar 80 siswa atau turun sebesar 19,19% dari tahun sebelumnya. mengindikasikan perlunya evaluasi strategi penerimaan peserta didik baru, promosi sekolah, serta peningkatan mutu layanan pendidikan. Penurunan tersebut dapat menjadi indikasi melemahnya citra sekolah dan pengaruh *word of mouth*, serta menurunnya keputusan orang tua untuk memilih sekolah di SD Saint John BSD dibandingkan kompetitor.

Penurunan tersebut menunjukkan adanya gejala menurunnya minat calon siswa dan orang tua dalam memilih SD Saint John BSD sebagai tempat pendidikan dasar anaknya. Beberapa faktor yang diduga memengaruhi fenomena tersebut antara lain menurunnya citra sekolah di mata masyarakat, melemahnya promosi berbasis *word of mouth* positif, serta meningkatnya persaingan dengan sekolah dasar swasta lain di kawasan BSD yang menawarkan fasilitas dan program akademik serupa.

Salah satu faktor utama yang memengaruhi keputusan orang tua dalam memilih sekolah adalah kualitas pelayanan yang diberikan oleh pihak sekolah, baik dari segi sarana prasarana, tenaga pendidik, maupun sistem pelayanan terhadap calon siswa dan orang tua. Dalam praktiknya, masih ditemukan beberapa permasalahan terkait kualitas pelayanan sekolah di SD Saint John BSD. Beberapa orang tua calon siswa menilai bahwa fasilitas sekolah belum sepenuhnya memenuhi harapan, seperti masih adanya keterbatasan sarana belajar yang mendukung pembelajaran berbasis teknologi, area bermain yang belum sepenuhnya optimal, serta kurangnya ruang pendukung kegiatan

ekstrakurikuler. Kondisi ini dapat memengaruhi persepsi orang tua terhadap citra dan daya tarik sekolah. Selain itu, pelayanan tenaga pendidik dan staf sekolah juga menjadi sorotan. Tenaga pendidik yang profesional dan staf yang ramah serta responsif merupakan bagian penting dari pelayanan pendidikan yang berkualitas. Namun, pelayanan yang belum konsisten misalnya dalam penyampaian informasi penerimaan siswa baru, pelayanan administrasi, serta komunikasi antara pihak sekolah dan orang tua dapat menimbulkan kesan bahwa sekolah belum memiliki sistem pelayanan yang terstandarisasi dengan baik.

Permasalahan tersebut diperkuat dengan minimnya penerapan Standar *Operasional Prosedur* (SOP) yang jelas dalam melayani calon siswa dan orang tua. Ketidakteraturan prosedur pelayanan, seperti perbedaan informasi antar staf atau tidak adanya pedoman pelayanan yang baku, berpotensi menimbulkan kebingungan dan menurunkan tingkat kepercayaan orang tua terhadap sekolah. Akibatnya, citra sekolah dapat terpengaruh dan *Word of Mouth* (komunikasi dari mulut ke mulut) menjadi kurang positif di masyarakat. Kualitas pelayanan merupakan karakteristik jasa yang dapat diukur berdasarkan empat dimensi utama, yaitu tidak berwujud, tidak dapat dipisahkan dari produsen, bervariasi, dan mudah rusak. Ini karena jasa tidak dapat dilihat sebelum dibeli, diproduksi dan dikonsumsi bersamaan, bervariasi tergantung penyedia, dan tidak bisa disimpan (Kotler dan Keller, 2018).

Dalam beberapa tahun terakhir, SD Saint John BSD menghadapi tantangan dalam menjaga stabilitas dan peningkatan minat serta keputusan orang tua dalam memilih sekolah. Meskipun sekolah ini dikenal memiliki fasilitas yang memadai dan program pendidikan yang terstruktur, persepsi terhadap kualitas pelayanan sekolah belum sepenuhnya seragam di kalangan orang tua calon siswa. Perbedaan persepsi tersebut terutama berkaitan dengan konsistensi pelayanan akademik dan non-akademik, kecepatan serta ketepatan pelayanan administrasi, dan intensitas komunikasi antara pihak sekolah dengan calon orang tua siswa. Kondisi ini berpotensi memengaruhi tingkat kepuasan awal dan kepercayaan orang tua terhadap sekolah.

Penilaian orang tua/wali siswa terhadap kualitas pelayanan SD Saint John BSD pada tahun ajaran 2023/2024 dan 2024/2025 menunjukkan adanya kenaikan dan penurunan persentase pada setiap indikator pelayanan. Pada indikator berwujud (perlengkapan fasilitas sekolah), tingkat kepuasan orang tua mengalami kenaikan sebesar 5,78%, dari 71,72% pada tahun ajaran 2023/2024 menjadi 77,50% pada tahun ajaran 2024/2025. Kenaikan ini mengindikasikan adanya perbaikan pada aspek fasilitas fisik sekolah. Selanjutnya, indikator empati guru dalam memberikan perhatian kepada siswa mengalami penurunan kepuasan sebesar 2,11%, dari 85,86% menjadi 83,75%, meskipun secara umum masih berada pada kategori kepuasan tinggi. Pada indikator daya tanggap sekolah dalam memberikan layanan transaksi dan penanganan keluhan, tingkat kepuasan orang tua mengalami penurunan sebesar 3,22%, dari 96,97% pada tahun sebelumnya menjadi 93,75% pada tahun ajaran 2024/2025. Sementara itu, indikator keandalan guru dalam menguasai materi mata pelajaran juga menunjukkan penurunan sebesar 2,69%, dari 93,94% menjadi 91,25%. Berbeda dengan indikator lainnya, indikator jaminan keamanan sekolah justru mengalami kenaikan kepuasan sebesar 2,36%, dari 88,89% pada tahun ajaran 2023/2024 menjadi 91,25% pada tahun ajaran 2024/2025. Secara keseluruhan, meskipun terdapat beberapa penurunan persentase pada aspek tertentu, kualitas pelayanan SD Saint John BSD tetap dinilai baik oleh mayoritas orang tua/wali siswa.

Selain kualitas pelayanan, citra sekolah juga mencerminkan bagaimana masyarakat atau calon orang tua murid akan memandang bahwa kualitas suatu lembaga pendidikan baik

dari sisi akademik, tenaga pendidik, fasilitas, maupun prestasi yang telah dicapai akan menjadi daya tarik mereka untuk memutuskan memilih sekolah tersebut. Namun, pada kenyataannya, citra sekolah SD Saint John BSD masih terdapat persepsi bahwa kualitas akademik sekolah belum menunjukkan keunggulan yang signifikan dibanding sekolah swasta lain di wilayah BSD. Hal ini terlihat dari masih rendahnya ekspos prestasi akademik siswa, keterbatasan inovasi pembelajaran, serta kurangnya publikasi kegiatan unggulan sekolah yang mampu menarik perhatian masyarakat.

Citra sekolah SD Saint John BSD juga menghadapi tantangan di tengah semakin ketatnya persaingan antar sekolah swasta di wilayah BSD. Reputasi sekolah sebagai lembaga pendidikan berkualitas belum sepenuhnya dipahami secara komprehensif oleh seluruh calon orang tua siswa, khususnya terkait keunggulan akademik, penguatan karakter, dan nilai tambah yang ditawarkan dibandingkan sekolah lain. Di sisi lain, persepsi mengenai kesesuaian antara biaya pendidikan dengan manfaat yang diterima masih menjadi pertimbangan penting yang dapat memengaruhi citra sekolah secara keseluruhan.

Citra positif dapat meningkatkan kepercayaan, persepsi kualitas, dan akhirnya mendorong minat mendaftar. Citra yang kuat menciptakan *brand preference* dan *purchase intentio*. Citra sekolah (*school image*) menjadi salah satu faktor penting yang memengaruhi keputusan orang tua dalam memilih sekolah untuk anaknya. Citra sekolah yang baik akan memberikan persepsi positif terhadap kualitas pendidikan yang ditawarkan. Citra yang positif juga dapat menciptakan kepercayaan dan meningkatkan loyalitas masyarakat terhadap lembaga pendidikan tersebut (Tjiptono, 2019). Citra sekolah yang positif akan membentuk kepercayaan masyarakat dan meningkatkan kemungkinan orang tua memilih sekolah tersebut. Penelitian oleh Eger et al, (2018) dan Hamzah (2023) menemukan bahwa citra sekolah berpengaruh signifikan terhadap keputusan memilih sekolah dasar.

Penilaian orang tua/wali siswa terhadap citra SD Saint John BSD pada periode 2023/2024 hingga 2024/2025 menunjukkan perubahan persentase yang bervariasi pada setiap indikator citra sekolah. Pada indikator reputasi sekolah berdasarkan kedisiplinan, tingkat kepuasan mengalami kenaikan sebesar 0,34%, dari 90,91% menjadi 91,25%, yang menunjukkan bahwa citra kedisiplinan sekolah tetap terjaga. Sebaliknya, indikator pilihan program pendidikan atau kelengkapan bidang studi mengalami penurunan paling signifikan sebesar 4,61%, dari 85,86% pada tahun ajaran 2023/2024 menjadi 81,25% pada tahun ajaran 2024/2025. Selanjutnya, indikator akreditasi lembaga yang baik menunjukkan penurunan kepuasan sebesar 2,01%, dari 75,76% menjadi 73,75%, yang mencerminkan adanya persepsi orang tua terkait mutu sekolah berdasarkan standar nasional pendidikan. Indikator tenaga pengajar yang profesional juga mengalami penurunan sebesar 2,69%, dari 93,94% menjadi 91,25%, meskipun masih berada pada kategori kepuasan yang tinggi. Adapun indikator layanan yang berkualitas, yang mencakup pelayanan administrasi, akademik, bimbingan, fasilitas belajar, dan keamanan lingkungan sekolah, mengalami penurunan yang relatif kecil sebesar 0,96%, dari 95,96% menjadi 95%. Secara umum, data ini menunjukkan bahwa citra SD Saint John BSD tetap positif di mata orang tua/wali siswa, meskipun terdapat beberapa indikator yang mengalami penurunan dan memerlukan perhatian untuk peningkatan kualitas ke depan..

Permasalahan lain yang turut memengaruhi minat dan keputusan memilih sekolah adalah *word of mouth* yang berkembang di lingkungan masyarakat. Meskipun terdapat rekomendasi positif dari sebagian orang tua siswa, intensitas dan jangkauan *word of mouth* positif tersebut belum merata. Informasi yang beredar secara informal tidak

selalu menggambarkan kualitas pelayanan dan keunggulan sekolah secara utuh, bahkan dalam beberapa kasus muncul persepsi negatif yang bersifat subjektif dan berpotensi memengaruhi penilaian calon orang tua siswa terhadap SD Saint John BSD. Dalam konteks Sekolah Dasar (SD), penerapan strategi pemasaran yang mencakup pembangunan citra sekolah yang kuat dan pemanfaatan komunikasi *Word of Mouth* secara positif menjadi kunci utama dalam meningkatkan minat calon siswa untuk mendaftar. Sekolah yang mampu membangun reputasi dan kepercayaan publik akan lebih mudah menarik calon siswa baru di tengah persaingan lembaga pendidikan yang semakin ketat. Dengan kata lain, citra atau rekomendasi mungkin membentuk keputusan awal atau penilaian antara, yang kemudian menghasilkan minat aktual untuk mendaftar (Hanum et al., 2020). Penelitian Zahida & Mulyadi (2025) dan Hanum et al. (2020) menunjukkan bahwa WOM dapat meningkatkan minat calon orang tua melalui penguatan kepercayaan terhadap reputasi sekolah. Penelitian Hanum et al. (2020) dan Hamzah (2023) menemukan bahwa WOM dan citra sekolah tidak selalu langsung memengaruhi minat, tetapi dapat berpengaruh signifikan melalui keputusan memilih sekolah sebagai variabel mediasi.

Penilaian orang tua/wali siswa terhadap variabel *word of mouth* pada tahun ajaran 2024/2025 menunjukkan hasil yang sangat positif. Pada indikator **membicarakan**, sebanyak 91,25% responden menyatakan setuju bahwa kualitas sekolah yang diceritakan sesuai dengan kondisi nyata, sementara hanya 8,75% yang kurang setuju. Indikator **merekomendasikan** memperoleh tingkat persetujuan tertinggi, yaitu sebesar 93,75%, yang menunjukkan bahwa sebagian besar orang tua mendapatkan atau memberikan rekomendasi SD Saint John BSD kepada pihak lain. Selanjutnya, pada indikator **menginformasikan**, sebesar 91,25% responden menyatakan setuju bahwa mereka secara sukarela menyampaikan informasi positif mengenai kualitas sekolah kepada orang lain. Temuan ini mengindikasikan bahwa SD Saint John BSD memiliki citra dan kualitas layanan yang mampu mendorong terbentuknya word of mouth positif di kalangan orang tua/wali siswa.

Berdasarkan uraian yang dipaparkan penulis, untuk itu penulis tertarik membuat penelitian tentang **“Analisis Kualitas Pelayanan Sekolah, Citra Sekolah dan Word Of Mouth Terhadap Minat Calon Siswa Serta Dampaknya pada Keputusan Memilih Sekolah pada SD Saint John BSD”**.

METODE

Metode penelitian yang digunakan adalah metode kuantitatif dengan pendekatan statistik asosiatif, yang menekankan pada analisis data numerik menggunakan teknik statistika. Penelitian diawali dengan studi pendahuluan untuk mengidentifikasi permasalahan, kemudian dilanjutkan dengan penyusunan kerangka penelitian dan penetapan hipotesis. Data yang digunakan terdiri dari data primer yang diperoleh melalui penyebaran kuesioner kepada orang tua atau calon orang tua siswa SD Saint John BSD, serta data sekunder yang diperoleh dari buku, jurnal, laporan, dan literatur terkait. Teknik pengumpulan data dilakukan melalui studi pustaka, kuesioner, observasi, dan dokumentasi, dengan instrumen penelitian menggunakan skala Likert 1-5. Populasi penelitian berjumlah 646 orang tua/wali siswa, sedangkan penentuan sampel menggunakan rumus Slovin dengan tingkat kesalahan 5% sehingga diperoleh 247 responden sebagai sampel penelitian. Data yang terkumpul kemudian diolah dan dianalisis menggunakan Microsoft Excel dan SmartPLS untuk menguji hubungan antar variabel yang diteliti.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Uji Model Pengukuran (*Outer Model*)

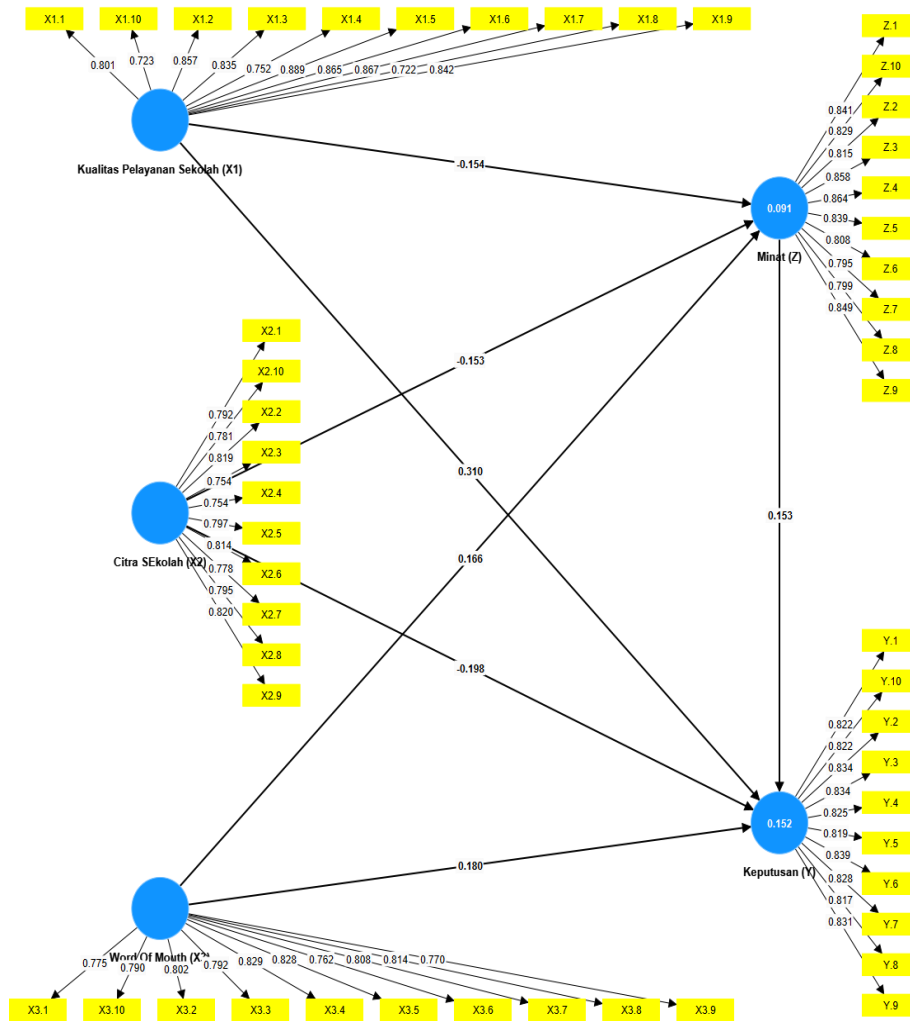
Validitas Konvergen (*Convergent Validity*)

Uji validitas konvergen dapat dilihat dari nilai loading factor dari masing-masing indikator konstruk. Nilai *loading factor* harus $>0,70$ untuk penelitian yang bersifat *confirmatory*, namun untuk penelitian yang bersifat *exploratory* nilai *loading factor* antara $0,60 - 0,70$ masih dapat diterima (Ghozali dan Latan, 2020:68).

Tabel 2. Hasil Uji *Convergent Validity*

Kualitas Pelayanan Sekolah (X1)	Nilai <i>Outer Loading</i>	Batasan Nilai	Keputusan
Pernyataan 1	0,801	0,70	valid
Pernyataan 2	0,857	0,70	valid
Pernyataan 3	0,835	0,70	valid
Pernyataan 4	0,752	0,70	valid
Pernyataan 5	0,889	0,70	valid
Pernyataan 6	0,865	0,70	valid
Pernyataan 7	0,867	0,70	valid
Pernyataan 8	0,722	0,70	valid
Pernyataan 9	0,842	0,70	valid
Pernyataan 10	0,723	0,70	valid
Citra Sekolah (X2)	Nilai <i>Outer Loading</i>	Batasan Nilai	Keputusan
Pernyataan 1	0,792	0,70	valid
Pernyataan 2	0,819	0,70	valid
Pernyataan 3	0,754	0,70	valid
Pernyataan 4	0,754	0,70	valid
Pernyataan 5	0,797	0,70	valid
Pernyataan 6	0,814	0,70	valid
Pernyataan 7	0,778	0,70	valid
Pernyataan 8	0,795	0,70	valid
Pernyataan 9	0,820	0,70	valid
Pernyataan 10	0,781	0,70	valid
Word Of Mouth (X3)	Nilai <i>Outer Loading</i>	Batasan Nilai	Keputusan
Pernyataan 1	0,775	0,70	valid
Pernyataan 2	0,802	0,70	valid
Pernyataan 3	0,792	0,70	valid
Pernyataan 4	0,829	0,70	valid
Pernyataan 5	0,828	0,70	valid
Pernyataan 6	0,762	0,70	valid
Pernyataan 7	0,808	0,70	valid
Pernyataan 8	0,814	0,70	valid
Pernyataan 9	0,770	0,70	valid
Pernyataan 10	0,790	0,70	valid
Minat (Z)	Nilai <i>Outer Loading</i>	Batasan Nilai	Keputusan
Pernyataan 1	0,841	0,70	valid
Pernyataan 2	0,815	0,70	valid
Pernyataan 3	0,858	0,70	valid
Pernyataan 4	0,864	0,70	valid
Pernyataan 5	0,839	0,70	valid
Pernyataan 6	0,808	0,70	valid
Pernyataan 7	0,795	0,70	valid
Pernyataan 8	0,799	0,70	valid
Pernyataan 9	0,849	0,70	valid
Pernyataan 10	0,829	0,70	valid
Keputusan (Y)	Nilai <i>Outer Loading</i>	Batasan Nilai	Keputusan
Pernyataan 1	0,822	0,70	valid
Pernyataan 2	0,834	0,70	valid
Pernyataan 3	0,834	0,70	valid
Pernyataan 4	0,825	0,70	valid
Pernyataan 5	0,819	0,70	valid
Pernyataan 6	0,839	0,70	valid
Pernyataan 7	0,828	0,70	valid
Pernyataan 8	0,817	0,70	valid
Pernyataan 9	0,831	0,70	valid
Pernyataan 10	0,822	0,70	valid

Sumber : Olah Data *SmartPLS 4*



Gambar 1. Outer Loading
 Sumber : Olah Data SmartPLS 4

Berdasarkan hasil uji *Convergent Validity* menunjukkan bahwa semua syarat telah terpenuhi yang artinya hasil analisis data dapat diterima karena nilai *Outer Loading* lebih dari 0,70.

Average Variance Extracte (AVE)

Nilai *Average Variance Extracted* (AVE) menggambarkan validitas konvergen yang memadai yang mempunyai arti bahwa satu variable laten mampu menjelaskan lebih dari setengah varian indikator-indikator dalam rata-rata. Nilai AVE baik jika lebih besar dari 0,50 (Ghozali dan Latan, 2020:68).

Tabel 3. Hasil Uji *Average Variance Extracted* (AVE)

Variabel	Average Variance Extracted (AVE)	Batas Nilai	Keputusan
Kualitas Pelayanan Sekolah (X ₁)	0,668	0,50	Terpenuhi
Citra Sekolah (X ₂)	0,625	0,50	Terpenuhi
Word Of Mouth (X ₃)	0,636	0,50	Terpenuhi
Keputusan (Y)	0,684	0,50	Terpenuhi
Minat (Z)	0,689	0,50	Terpenuhi

Sumber : Olah Data SmartPLS 4

Berdasarkan hasil uji *Average Variance Extracted* (AVE) menunjukkan bahwa nilai AVE di atas 0,50 untuk semua konstruk yang terdapat pada model penelitian, sehingga dapat disimpulkan bahwa seluruh indikator dalam penelitian ini dinyatakan valid.

Diskriminan (*Discriminant Validity*)

Validitas diskriminan (*Discriminant Validity*) terjadi jika dua instrumen berbeda dalam mengukur dua buah konstruk yang diprediksikan tidak berkorelasi menghasilkan skor-skor yang memang tidak berkorelasi (Ghozali dan Latan, 2020:68).

Tabel 4. Hasil Uji *Discriminant Validity*

Variabel	Kualitas Pelayanan Sekolah	Citra Sekolah	Word Of Mouth	Keputusan Minat
Kualitas Pelayanan Sekolah (X_1)				
Citra Sekolah (X_2)	0,267			
Word Of Mouth (X_3)	0,119	0,090		
Keputusan (Y)	0,210	0,150	0,181	
Minat (Z)	0,195	0,190	0,185	0,159

Sumber : Olah Data *SmartPLS 4*

Berdasarkan hasil uji *Discriminant Validity* diketahui bahwa masing-masing indikator yang ada dalam suatu konstruk memiliki perbedaan dengan indikator di konstruk lain yang ditunjukkan dengan skor loading yang lebih tinggi di konstruknya sendiri, maka dapat disimpulkan bahwa instrumen yang digunakan dalam penelitian ini telah memenuhi kriteria validitas diskriminan.

Uji Reliabilitas

Pengujian *composite* reliabilitas dimaksudkan untuk menguji suatu kuesioner reliabel atau handal atau tidak. Adapun kriteria atau ketentuan dalam memutuskan pernyataan tersebut reliabel atau tidak, berikut ini untuk ketentuannya:

1. Jika nilai *Composite Reliability* $> 0,70$, maka instrumen reliabel.
2. Jika nilai *Composite Reliability* $< 0,70$, maka instrumen tidak reliabel.

Selain dari *Croanbach Alpha*, untuk menilai reliabilitas suatu konstruk dapat juga dilakukan dengan melihat *Composite Reliability* antar konstruk dengan indikator-indikatornya memberikan hasil yang baik dimana jika hasil *loading factor* $> 0,70$.

Tabel 5. Hasil Uji *Composite Reliability*

Variabel	<i>Composite Reliability</i>	Standar <i>Cronbatch Alpha</i>	Keputusan
Kualitas Pelayanan Sekolah (X_1)	0,952	$> 0,70$	Terpenuhi
Citra Sekolah (X_2)	0,943	$> 0,70$	Terpenuhi
Word Of Mouth (X_3)	0,946	$> 0,70$	Terpenuhi
Keputusan (Y)	0,956	$> 0,70$	Terpenuhi
Minat (Z)	0,957	$> 0,70$	Terpenuhi

Sumber : Olah Data *SmartPLS 4*

Berdasarkan hasil uji *Composite Reliability* menunjukkan bahwa variabel Kualitas Pelayanan Sekolah (X_1), Citra Sekolah (X_2), *Word Of Mouth* (X_3), Keputusan (Y) dan Minat (Z) dinyatakan terpenuhi atau *reliabel*, hal itu dibuktikan dengan masing-masing variabel memiliki nilai *Composite Reliability* lebih besar dari 0,70.

Uji Model Struktural (*Inner Model*)

Koefisien Determinasi atau *R-Square* (R^2)

Koefisien Determinasi atau *R-Square* (R^2), digunakan untuk mengetahui seberapa besar pengaruh variabel eksogen dengan variabel endogen. Nilai *R-Square* 0,75 = kuat, 0,50 = moderat, dan 0,25 = lemah (Ghozali dan Latan, 2020:73)

Tabel 5. Hasil Uji Koefisien Determinasi *R-Square*

Variabel	<i>R-Square</i>	<i>R-Square Adjuster</i>
Keputusan (Y)	0,152	0,138
Minat (Z)	0,091	0,080

Sumber: Olah Data *SmartPLS 4*

Nilai *R-Square Adjusted* pada variabel Keputusan adalah sebesar 0,138 hal ini menunjukkan bahwa variabel Keputusan dapat dipengaruhi oleh variabel Kualitas Pelayanan Sekolah, Citra Sekolah dan *Word Of Mouth* sebesar 13,8% sedangkan sisanya 86,2% dipengaruhi oleh variabel lain diluar yang diteliti.

Nilai *R-Square Adjusted* pada variabel Minat adalah sebesar 0,080 hal ini menunjukkan bahwa variabel Minat dapat dipengaruhi oleh variabel Kualitas Pelayanan Sekolah, Citra Sekolah dan *Word Of Mouth* sebesar 8% sedangkan sisanya 92% dipengaruhi oleh variabel lain diluar yang diteliti.

Penilaian *Goodness of fit* (GoF)

Model PLS dinyatakan telah memenuhi kriteria *goodness of fit* model jika nilai SRMR < 0,10 dan model dinyatakan *perfect fit* jika nilai SRMR < 0,08 (Ghozali dan Latan, 2020:78). Jika NFI mempunyai nilai yang berkisar antara 0 sampai 1. Nilai NFI > 0,90 menunjukkan *good fit*, sedangkan $0,8 < NFI < 0,90$ disebut sebagai *marginal fit*.

Tabel 6. Hasil Uji *Goodness Of Fit* (GoF)

<i>Fit Summary</i>	<i>Saturated model</i>	<i>Estimated model</i>	<i>Cut off</i>	Keterangan
SRMR	0,054	0,054	≤ 0.08	<i>Good Fit</i>
d_ULS	3,784	3,784	≥ 0.05	<i>Good Fit</i>
d_G	1,523	1,523	≥ 0.05	<i>Good Fit</i>
<i>Chi-square</i>	1926,081	1926,081	Diharapkan Kecil	<i>Good Fit</i>
NFI	0,818	0,818	> 0,9 (mendekati 1)	<i>Marginal Fit</i>

Sumber : Olah Data *SmartPLS 4*

Berdasarkan hasil uji *Goodness of fit* (GoF), uji *goodness of fit* model PLS dapat dilihat bahwa nilai dari SRMR $0,054 < 0,08$ sehingga dapat disimpulkan bahwa model PLS dinyatakan telah memenuhi kriteria *Perfect Fit*. Nilai d_ULS $3,784 > 0,05$ sehingga dinyatakan telah memenuhi kriteria *Good Fit*. Nilai d_G $3,784 > 0,05$ sehingga dinyatakan kriteria *Good Fit*. Nilai *Chi-square* sebesar 1926,081 sehingga dinyatakan kriteria *Good Fit*. Kemudian nilai dari NFI sebesar 0,818 atau $0,8 < 0,818 < 0,90$ sehingga dapat disimpulkan bahwa model PLS dinyatakan sebagai *marginal fit*.

Uji Hipotesis

Setelah melakukan berbagai pengukuran, pada *outer model* maupun *inner model*, selanjutnya yaitu melakukan pengujian hipotesis. Uji hipotesis digunakan untuk menjelaskan arah hubungan antara variabel endogen dan eksogen. Pengujian hipotesis dilakukan dengan melihat nilai probabilitas dan t-statistik. Untuk nilai probabilitas dan nilai p-value dengan alpha 5% adalah < 0,05. Nilai t- tabel untuk alpha 5% adalah 1,96. Sehingga kriteria penerimaan atau penolakan hipotesis adalah H_a diterima dan H_0 ditolak jika t-statistik > t-tabel 1,96. Untuk menolak atau menerima hipotesis menggunakan probabilitas, maka H_a diterima jika nilai p-value < 0,05.

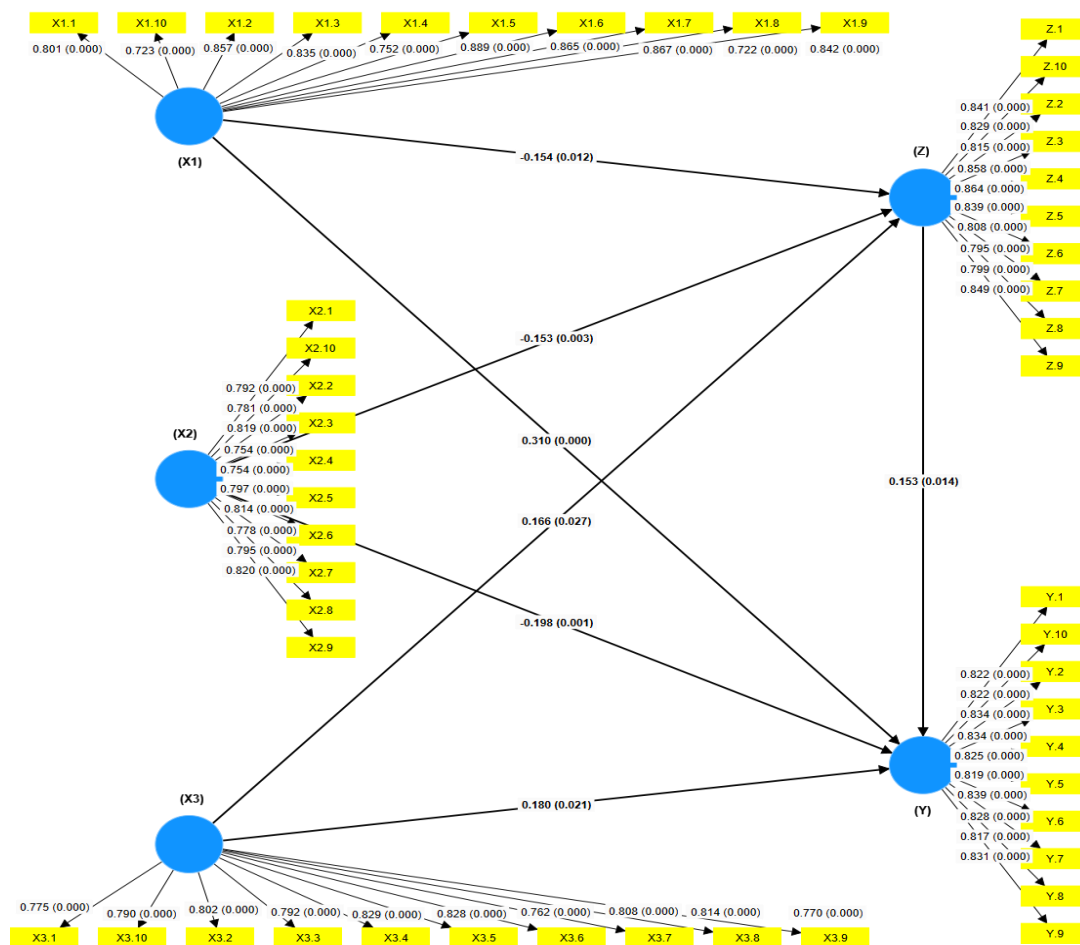
Untuk pengujian pengaruh parsial, hipotesis yang diajukan pada penelitian adalah sebagai berikut:

1. H_0 ditolak atau H_a diterima, jika nilai *P values* < 0,05.
2. H_0 diterima atau H_a ditolak, jika nilai *P values* > 0,05.

Tabel 7. Hasil Uji Hipotesis (Pengaruh Langsung)

No	Variabel	Original sample (O)	Sample mean (M)	Standard deviation (STDEV)	T Statistics (O/STDEV)	P values
1	Kualitas Pelayanan Sekolah (X1) -> Keputusan (Y)	0.310	0.314	0.068	4.573	0,000
2	Citra Sekolah (X2) -> Keputusan (Y)	-0.198	-0.205	0.061	3.273	0,001
3	Word Of Mouth (X3) -> Keputusan (Y)	0.180	0.185	0.078	2.313	0,021
4	Kualitas Pelayanan Sekolah (X1) -> Minat (Z)	-0.154	-0.157	0.061	2.524	0,012
5	Citra Sekolah (X2) -> Minat (Z)	-0.153	-0.165	0.051	2.992	0,003
6	Word Of Mouth X3 -> Minat (Z)	0.166	0.173	0.075	2.210	0,027
7	Minat (Z) -> Keputusan (Y)	0.153	0.152	0.062	2.467	0,014

Sumber : Olah Data SmartPLS 4



Gambar 2. Original Sample Coefisien

Sumber: Olah Data SmartPLS 4

Hasil uji hipotesis langsung pada tabel di atas dapat diketahui dalam pengujian masing - masing variabel yang telah di ajukan, adalah sebagai berikut:

1. Pengaruh Kualitas Pelayanan Sekolah terhadap Keputusan
 Hasil uji hipotesis pertama pengaruh Kualitas Pelayanan Sekolah (X1) terhadap Keputusan (Y) diperoleh nilai *P values* sebesar $0,000 < 0,05$ dan nilai *T Statistics* $4,573 > 1,96$ sehingga dapat disimpulkan bahwa Kualitas Pelayanan Sekolah berpengaruh signifikan terhadap Keputusan.

2. Pengaruh Citra Sekolah terhadap Keputusan
Hasil uji hipotesis kedua pengaruh Citra Sekolah (X2) terhadap Keputusan (Y) diperoleh nilai *P values* sebesar $0,001 < 0,05$ dan nilai *T Statistics* $3,273 > 1,96$ sehingga dapat disimpulkan bahwa Citra Sekolah berpengaruh signifikan terhadap Keputusan.
3. Pengaruh *Word Of Mouth* terhadap Keputusan
Hasil uji hipotesis ketiga pengaruh *Word Of Mouth* (X3) terhadap Keputusan (Y) diperoleh nilai *P values* sebesar $0,021 < 0,05$ dan nilai *T Statistics* $2,313 > 1,96$ sehingga dapat disimpulkan bahwa *Word Of Mouth* berpengaruh signifikan terhadap Keputusan.
4. Pengaruh Kualitas Pelayanan Sekolah terhadap Minat
Hasil uji hipotesis keempat pengaruh Kualitas Pelayanan Sekolah (X1) terhadap Minat (Z) diperoleh nilai *P values* sebesar $0,012 < 0,05$ dan nilai *T Statistics* $2,524 > 1,96$ sehingga dapat disimpulkan bahwa Kualitas Pelayanan Sekolah berpengaruh signifikan terhadap Minat.
5. Pengaruh Citra Sekolah terhadap Minat
Hasil uji hipotesis kelima pengaruh Citra Sekolah (X2) terhadap Minat (Z) diperoleh nilai *P values* sebesar $0,003 < 0,05$ dan nilai *T Statistics* $2,992 > 1,96$ sehingga dapat disimpulkan bahwa Citra Sekolah berpengaruh signifikan terhadap Minat.
6. Pengaruh *Word Of Mouth* terhadap Minat
Hasil uji hipotesis keenam pengaruh *Word Of Mouth* (X3) terhadap Minat (Z) diperoleh nilai *P values* sebesar $0,027 < 0,05$ dan nilai *T Statistics* $2,210 > 1,96$ sehingga dapat disimpulkan bahwa *Word Of Mouth* berpengaruh signifikan terhadap Minat.
7. Pengaruh Minat terhadap Keputusan
Hasil uji hipotesis ketiga pengaruh Minat (Z) terhadap Keputusan (Y) diperoleh nilai *P values* sebesar $0,014 < 0,05$ dan nilai *T Statistics* $2,467 > 1,96$ sehingga dapat disimpulkan bahwa Minat berpengaruh signifikan terhadap Keputusan.

Analisis Jalur (Path Analysis)

Analisis Jalur atau pengaruh tidak langsung dalam penelitian ini adalah menjelaskan sebuah variabel sebab yang mempengaruhi variabel lain melalui mediasi variabel ketiga (*variable intervening*). Sedangkan pengaruh total adalah penjumlahan pengaruh langsung dengan pengaruh tidak langsung.

Tabel 8. Hasil Uji Hipotesis (Pengaruh Tidak Langsung)

No	Variabel	Original sample (O)	Sample mean (M)	Standard deviation (STDEV)	T Statistics (O/STDEV)	P values
1	Kualitas Pelayanan Sekolah X1 -> Minat Z -> Keputusan Y	-0,024	-0,023	0,013	1,784	0,074
2	Citra Sekolah -> Minat Z -> Keputusan Y	-0,023	-0,025	0,013	1,862	0,063
3	<i>Word Of Mouth</i> -> Minat Z -> Keputusan Y	0,025	0,027	0,017	1,525	0,127

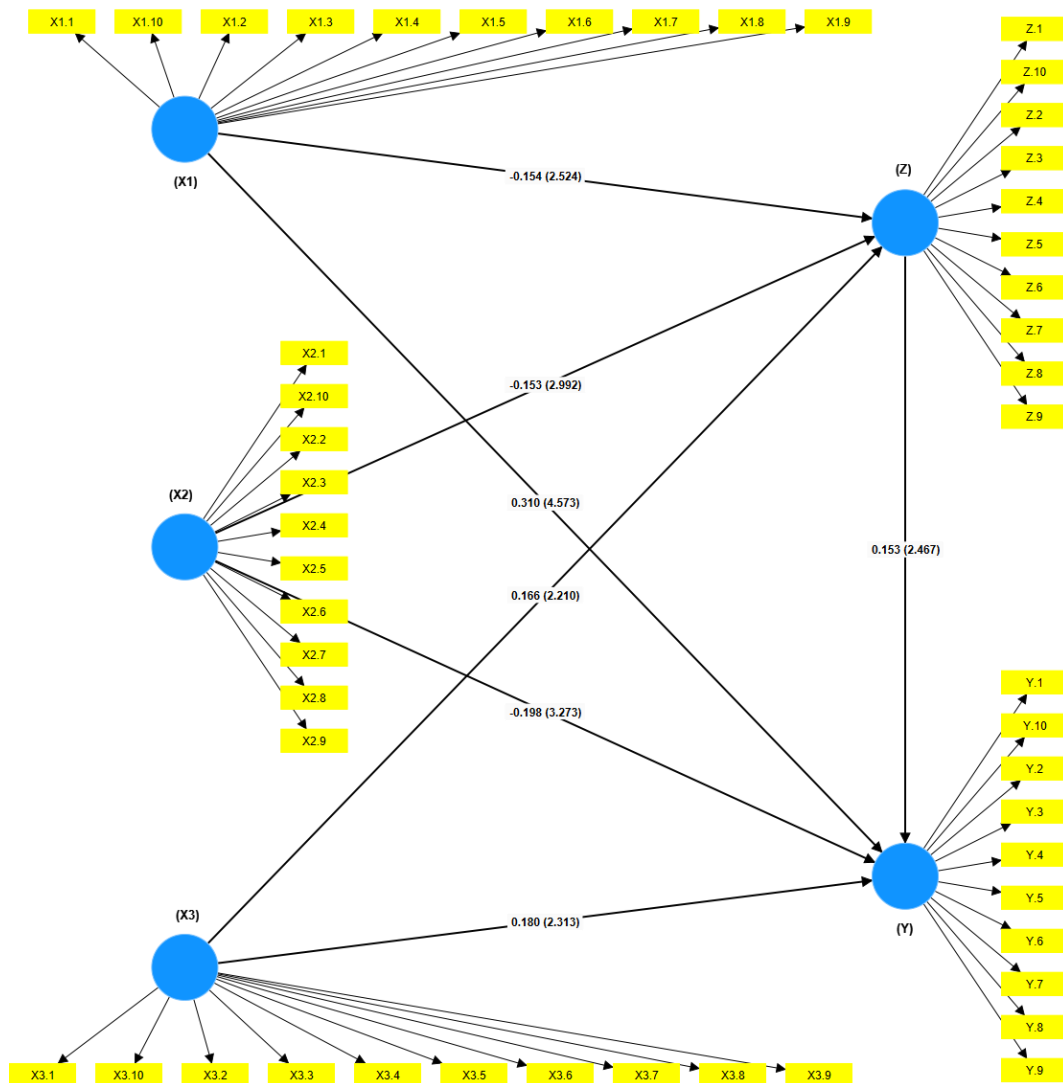
Sumber : Olah Data SmartPLS 4

Hasil uji hipotesis tidak langsung pada tabel di atas dapat diketahui dalam pengujian masing - masing variabel yang telah di ajukan, adalah sebagai berikut:

1. Pengaruh Kualitas Pelayanan Sekolah terhadap Keputusan melalui Minat
Hasil uji hipotesis tidak langsung pengaruh Kualitas Pelayanan Sekolah (X1) terhadap Keputusan (Y) melalui Minat (Z) diperoleh nilai *P values* sebesar $0,074 >$

0,05 dan nilai *T Statistics* 1,784 < 1,96 sehingga dapat disimpulkan bahwa Kualitas Pelayanan Sekolah tidak berpengaruh terhadap Keputusan melalui Minat.

2. Pengaruh Citra Sekolah terhadap Keputusan melalui Minat
 Hasil uji hipotesis tidak langsung pengaruh Citra Sekolah (X2) terhadap Keputusan (Y) melalui Minat (Z) diperoleh nilai *P values* sebesar 0,063 > 0,05 dan nilai *T Statistics* 1,862 < 1,96 sehingga dapat disimpulkan bahwa Citra Sekolah tidak berpengaruh terhadap Keputusan melalui Minat.
3. Pengaruh *Word Of Mouth* terhadap Keputusan melalui Minat
 Hasil uji hipotesis tidak langsung pengaruh *Word Of Mouth* (X3) terhadap Keputusan (Y) melalui Minat (Z) diperoleh nilai *P values* sebesar 0,127 > 0,05 dan nilai *T Statistics* 1,525 < 1,96 sehingga dapat disimpulkan bahwa *Word Of Mouth* tidak berpengaruh terhadap Keputusan melalui Minat.



Gambar 3. Persamaan Regresi
 Sumber: Olah Data *SmartPLS 4*

Berdasarkan diagram jalur (path diagram) yang Anda unggah, ini merupakan hasil analisis *Structural Equation Modeling* (SEM), kemungkinan besar menggunakan *SmartPLS*. Untuk membuat persamaan regresi, kita melihat angka *Path Coefficient* (koefisien jalur) yang berada di atas garis panah antar variabel laten (lingkaran biru). Berikut adalah keterangan persamaannya:

Persamaan untuk Variabel Minat (Z)

$$Z = -0,154(X1) - 0,153(X2) + 0,166(X3)$$

1. Pengaruh Kualitas Pelayanan Sekolah (X1) terhadap Minat (Z)
Nilai Koefisien sebesar -0,154, menunjukkan pengaruh negatif. Jika Kualitas Pelayanan Sekolah (X1) naik, maka Minat (Z) cenderung turun sebesar -0,154.
2. Pengaruh Citra Sekolah (X2) terhadap Minat (Z)
Koefisien sebesar -0,153 menunjukkan pengaruh negatif. Jika Citra Sekolah (X2) naik, maka Minat (Z) cenderung turun sebesar -0,153.
3. Pengaruh *Word Of Mouth* (X3) terhadap Minat (Z)
Koefisien sebesar 0,166 menunjukkan pengaruh positif. Jika *Word Of Mouth* (X3) naik, maka Minat (Z) juga akan naik sebesar 0,166.

Persamaan untuk Variabel Keputusan (Y)

$$Y = 0,310(X1) - 0,198(X2) + 0,180(X3) + 0,153(Z)$$

1. Pengaruh Kualitas Pelayanan Sekolah (X1) terhadap Keputusan (Y)
Nilai Koefisien sebesar 0,310, menunjukkan pengaruh positif. Jika Kualitas Pelayanan Sekolah (X1) naik, maka Keputusan (Y) juga akan naik sebesar 0,310.
2. Pengaruh Citra Sekolah (X2) terhadap Keputusan (Y)
Koefisien sebesar -0,198 menunjukkan pengaruh negatif. Jika Citra Sekolah (X2) naik, maka Keputusan (Y) cenderung turun sebesar -0,198.
3. Pengaruh *Word Of Mouth* (X3) terhadap Keputusan (Y)
Koefisien sebesar 0,180 menunjukkan pengaruh positif. Jika *Word Of Mouth* (X3) naik, maka Keputusan (Y) juga akan naik sebesar 0,180.
4. Pengaruh Minat (Z) terhadap Keputusan (Y)
Koefisien sebesar 0,153 menunjukkan pengaruh positif. Jika *Word Of Mouth* (X3) naik, maka Minat (Z) juga akan naik sebesar 0,153.

SIMPULAN

Berdasarkan hasil penelitian yang telah diuraikan pada bab sebelumnya, maka dapat diambil kesimpulan sebagai berikut:

1. Kualitas Pelayanan Sekolah secara langsung berpengaruh terhadap Keputusan memilih Sekolah SD Saint John BSD.
2. Citra Sekolah berpengaruh secara langsung berpengaruh terhadap Keputusan memilih Sekolah SD Saint John BSD.
3. *Word Of Mouth* secara langsung berpengaruh terhadap Keputusan memilih Sekolah SD Saint John BSD.
4. Kualitas Pelayanan Sekolah secara langsung berpengaruh terhadap Minat masuk Sekolah SD Saint John BSD.
5. Citra Sekolah secara langsung berpengaruh terhadap Minat masuk Sekolah SD Saint John BSD.
6. *Word Of Mouth* secara langsung berpengaruh terhadap Minat masuk Sekolah SD Saint John BSD.
7. Minat calon siswa secara langsung berpengaruh terhadap Keputusan memilih Sekolah SD Saint John BSD.

DAFTAR PUSTAKA

- Ajzen, I. A. (2020). *Personality and Behavior* (3rd Editio). McGraw-Hill Education.
- Alma, B. (2022). *Manajemen pemasaran dan pemasaran jasa* (Edisi revisi). Bandung: Alfabeta.
- Basuki, & Iriani, A. (2022). Membangun Citra Sekolah Berdasarkan Marketing Mix untuk Meningkatkan Jumlah Peserta Didik. *Manajemen Pendidikan*, 9 No. 2(2), 238–252.
- Dinarista Fatih Yuslih, Trisno Martono, & Nugroho, J. A. (2021). Pengaruh Kualitas Pelayanan Dan Citra Sekolah Terhadap Kepuasan Siswa Di Sma Negeri 1 Jatisrono. *BISE : Jurnal Pendidikan Bisnis Dan Ekonomi*, 7(1)(1), 89–97.
- Eger, L., Egerová, D., & Pisoňová, M. (2018). Assessment of School Image. *Center for Educational Policy Studies Journal*, 8(2), 61–80.
- Eger, L., Egerová, D., & Pisoňová, M. (2018). Assessment of school image. *Center for Educational Policy Studies Journal*, 8(2), 97–122. <https://doi.org/10.26529/cepsj.546>
- Ghozali, I. (2018). *Aplikasi Analisis Muktivariate dengan Program SPSS*. UNDIP.
- Greenhaus, J. H., & Powell, G. N. (2022). *Work and family: A research perspective*. Routledge.
- Hair, J. F., Hult, G. T. M., Ringle, C. M., & Sarstedt, M. (2022). *A primer on partial least squares structural equation modeling (PLS-SEM)* (3rd ed.). Thousand Oaks, CA: Sage Publications.
- Hamzah, H. (2023). Islamic School Image and Service Quality on Islamic Elementary Schools: The Role of Word of Mouth as Mediation. *Jurnal Aplikasi Manajemen*, 21(2), 355–367.
- Hanum, et al. (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>
- Hernandez, J., Lopez, R., & Martinez, A. (2024). The effect of word of mouth and e-WOM on students' interest in choosing educational institutions. *Journal of Education Marketing*, 8(1), 15–28.
- Hidayah, N., Putri, R. A., & Sari, M. (2022). Pengaruh kualitas pelayanan terhadap minat pendaftaran siswa baru pada sekolah swasta. *Jurnal Manajemen Pendidikan*, 14(2), 101–112.
- Hidayat, R., & Rahman, F. (2023). Peran citra sekolah dan kualitas layanan terhadap keputusan memilih sekolah. *Jurnal Pendidikan dan Pemasaran Jasa*, 6(2), 85–97.
- Hidayat, R., Pramudya, A., & Lestari, D. (2024). School image and parental interest in private education institutions. *International Journal of Educational Management*, 38(2), 220–234.
- Hoyer, W. D., MacInnis, D. J., & Pieters, R. (2020). *Consumer Behavior* (7th ed.). Boston: Cengage Learning.
- OECD. (2021). *Education at a Glance 2021*. Paris: OECD Publishing.
- Kotler, P., & Keller, K. L. (2022). *Marketing Management* (16th Editi). Pearson Education.
- Kotler, P., Kartajaya, H., & Setiawan, I. (2021). *Marketing 5.0: Technology for Humanity*. Wiley.

- Kotler dan Keller. (2018). *Manajemen Pemasaran edisi 12 Jilid 1 & 2*. PT. Indeks.
- Kotler, P., Keller, K. L., & Chernev, A. (2021). *Marketing Management* (16th ed.). Harlow: Pearson Education.
- Lestari, D., & Putra, A. R. (2022). Kualitas pelayanan dan pengaruhnya terhadap minat orang tua memilih sekolah dasar swasta. *Jurnal Riset Manajemen*, 9(3), 134-145.
- Nugroho, A., & Rahman, F. (2023). Pengaruh word of mouth dan citra sekolah terhadap keputusan memilih sekolah. *Jurnal Manajemen dan Bisnis Pendidikan*, 5(1), 55-67.
- Nugroho, B., & Wulandari, S. (2023). Analisis peran minat dalam memediasi citra sekolah terhadap keputusan memilih sekolah. *Jurnal Ilmu Pendidikan*, 12(1), 40-52.
- Prasetyo, A. (2018). Pengaruh Citra Lembaga, Kelompok Referensi Dan Efikasi Diri Terhadap Keputusan Siswa Dalam Memilih Sekolah Sma Negeri 1 Sumberrejo. *Jurnal Pendidikan Tata Niaga, Vol.1 No.2*(37-44).
- Prasetyo, H., & Nugroho, A. (2022). Kualitas pelayanan dan keputusan memilih sekolah: Peran mediasi minat. *Jurnal Pendidikan Ekonomi dan Bisnis*, 10(2), 89-100.
- Pratama, R., & Lestari, D. (2022). Citra sekolah dan keputusan orang tua dalam memilih lembaga pendidikan. *Jurnal Administrasi Pendidikan*, 29(1), 65-76.
- Putra, A. R., Lestari, D., & Rahman, F. (2024). Determinants of school choice decision in private education sector. *Journal of Educational Management Studies*, 7(1), 1-14.
- Putri, R. A., & Saputra, M. (2022). Pengaruh word of mouth terhadap minat memilih sekolah dasar swasta. *Jurnal Manajemen Pendidikan*, 14(1), 55-66.
- Putri, S., & Handayani, R. (2023). Strategi promosi sekolah dan pengaruhnya terhadap keputusan memilih sekolah. *Jurnal Manajemen Pendidikan*, 12(2), 101-110.
- R. Musset. (2022). Parental Decision-Making in School Choice. *International Journal of Educational Development*, 88, 186.
- Rahman, N. (2022). Pemasaran jasa pendidikan di era digital. *Journal of Education Management*, 7(2), 85-94.
- Rina, Heikal, M., Maryudi, & Subhan, M. (2023). Citra Merek Menurut Ahli 2020. *Visioner & Strategis*, 12(September), 47-56.
- Sari, M., & Nugroho, A. (2023). Kualitas pelayanan pendidikan dan minat memilih sekolah. *Jurnal Riset Pendidikan*, 8(2), 120-131.
- Sari, N., Pratama, R., & Lestari, D. (2022). Analisis faktor-faktor yang memengaruhi keputusan memilih sekolah. *Jurnal Pendidikan Nasional*, 11(2), 98-110.
- Sugiyono. (2019). *Metode Penelitian dan Pengembangan Research dan Development Edisi ke-2*. Alfabeta.
- Suryani, H. (2023). Manajemen pemasaran pendidikan. *Jurnal Administrasi Pendidikan*, 14(1), 55-66.
- Terry, G. R. (2019). *Prinsip-Prinsip Manajemen*. Bumi Aksara.
- Tjiptono, F. (2019). *Strategi Pemasaran (Edisi 4)*. Andi Offset.
- Tjiptono, F., & Diana, A. (2020). *Service, Quality & Satisfaction* (5th ed.). Yogyakarta: Andi Offset.
- Tjiptono, F., & Chandra, G. (2023). *Service, quality & satisfaction* (Edisi terbaru). Yogyakarta: Andi.

- Wijaya, L., & Nugroho, A. (2022). Bauran pemasaran jasa pendidikan dan daya saing sekolah. *International Journal of Educational Management*, 36(4), 620–631.
- Wulandari, S., & Rahman, F. (2023). Word of mouth dan keputusan memilih sekolah: Peran minat sebagai variabel intervening. *Jurnal Manajemen Pemasaran*, 17(1), 45–57.
- Zeithaml, V. A., Bitner, M. J., & Gremler, D. D. (2020). *Services Marketing: Integrating Customer Focus Across the Firm* (8th Editio). McGraw-Hill Education.