

**ANALISIS IMPLEMENTASI STRATEGI PEMASARAN PENDIDIKAN
DI SMP IT ASSYAKIR**

SKRIPSI

diajukan untuk memenuhi sebagian syarat untuk memperoleh gelar
Sarjana Pendidikan Program Studi Administrasi Pendidikan



oleh

Salma Nurillah

NIM 2001349

PROGRAM STUDI ADMINISTRASI PENDIDIKAN

FAKULTAS ILMU PENDIDIKAN

UNIVERSITAS PENDIDIKAN INDONESIA

2024

Salma Nurillah, 2024

ANALISIS IMPLEMENTASI STRATEGI PEMASARAN PENDIDIKAN DI SMP IT ASSYAKIR
Universitas Pendidikan Indonesia | repository.upi.edu | perpustakaan.upi.edu

**ANALISIS IMPLEMENTASI STRATEGI PEMASARAN PENDIDIKAN
DI SMP IT ASSYAKIR**

Oleh
Salma Nurillah

Sebuah skripsi yang diajukan untuk memenuhi salah satu syarat
memperoleh gelar Sarjana Pendidikan pada Program Studi
Administrasi Pendidikan

© Salma Nurillah
Universitas Pendidikan Indonesia
2024

Hak cipta dilindungi undang-undang.
Skripsi ini tidak boleh diperbanyak seluruhnya atau sebagian,
dengan dicetak ulang, difotokopi, atau cara lainnya tanpa izin penulis

HALAMAN PENGESAHAN

SALMA NURILLAH

ANALISIS IMPLEMENTASI STRATEGI PEMASARAN PENDIDIKAN

DI SMP IT ASSYAKIR

disetujui dan disahkan oleh

Pembimbing I



Dr. H. Endang Herawan, M. Pd.

NIP 196008101986031001

Pembimbing II



Dr. Sururi, M.Pd.

NIP 19701109 1998021001

Mengetahui,

Ketua Program Studi Administrasi Pendidikan S-1

Fakultas Ilmu Pendidikan

Universitas Pendidikan Indonesia



Dr. Sururi, M.Pd.

NIP 19701109 1998021001

UCAPAN TERIMA KASIH

Puji syukur kehadirat Allah SWT, Tuhan Yang Maha Esa, atas segala rahmat dan karunia-Nya telah memberikan kekuatan, kesehatan, dan kemudahan sehingga peneliti dapat menyelesaikan skripsi ini dengan judul "Strategi Pemasaran Pendidikan dalam Peningkatan Jumlah Peserta Didik di SMP IT Assyakir". Selain itu, peneliti bersyukur dapat menyelesaikan studi dan skripsi ini berkat doa, kasih sayang dan dukungan dari kedua orang tua yaitu mamah dan papah.

Dalam hal ini juga peneliti ingin menyampaikan rasa terimakasih kepada seluruh pihak yang telah memberikan bantuan, pengarahan serta bimbingan baik secara moril maupun materil. Maka dalam kesempatan ini dengan segala hormat peneliti mengucapkan banyak terimakasih peneliti sampaikan kepada:

1. Bapak Dr. Sururi, M.Pd selaku Ketua Program Studi Administrasi Pendidikan dan Dosen Pembimbing II yang telah memotivasi dan memfasilitasi agar peneliti cepat menyelesaikan studi serta memberikan bimbingan, arahan, dan masukan yang sangat bermanfaat selama proses penyusunan skripsi.
2. Bapak Dr. Endang Herawan, M.Pd. selaku Dosen Pembimbing I skripsi yang telah memotivasi dan memfasilitasi agar peneliti cepat menyelesaikan studi serta memberikan bimbingan, arahan, dan masukan yang sangat bermanfaat selama proses penyusunan skripsi.
3. Seluruh dosen di Program Studi Administrasi Pendidikan, yang telah memberikan ilmu pengetahuan dan pengalaman yang bermanfaat bagi peneliti.
4. Civitas akademika Universitas Pendidikan Indonesia, yang telah memberikan dukungan dan bantuan selama peneliti menempuh pendidikan di Universitas Pendidikan Indonesia.
5. Teman-teman seperjuangan di Program Studi Administrasi Pendidikan, khususnya angkatan 2020 atas kebersamaan, semangat, dan motivasi yang telah diberikan selama masa perkuliahan.

6. Pihak SMP IT Assyakir, yang telah memberikan izin dan kesempatan kepada peneliti untuk melakukan penelitian di sekolah tersebut.
7. Sahabat-sahabat Saik Fams, Duar Membook, Fadhila Amini, Garutin yang telah menemani dan memberikan *support* peneliti dalam menyelesaikan skripsi ini.
8. Semua pihak yang telah membantu peneliti dalam menyelesaikan skripsi ini, yang tidak dapat disebutkan satu per satu.

Dalam penyusunan skripsi ini, peneliti menyadari bahwa masih terdapat banyak kekurangan dan keterbatasan. Oleh sebab itu, peneliti sangat mengharapkan kritik dan saran yang membangun dari berbagai pihak demi kesempurnaan skripsi ini. Akhir kata, peneliti berharap semoga skripsi ini dapat memberikan manfaat bagi peneliti, pembaca, dan pihak-pihak terkait.

Bandung, 1 Juni 2024

Salma Nurillah

ABSTRAK

SMP IT Assyakir sempat mengalami pasang surut dalam jumlah peserta didik yang pada beberapa tahun terakhir belum mencapai target yang diharapkan bahkan mengalami penurunan. Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis implementasi strategi pemasaran pendidikan melalui teori bauran pemasaran di SMP IT Assyakir serta menemukan faktor pendukung dan penghambat yang ada di SMP IT Assyakir dalam pemasaran jasa pendidikan. Hal ini penting dilakukan agar SMP IT Assyakir dapat terus meningkatkan efektivitas strategi pemasarannya sehingga dapat menarik lebih banyak calon peserta didik. Penelitian ini menggunakan metode deskriptif dengan pendekatan kualitatif melalui tiga cara, yaitu wawancara, observasi dan dokumentasi. Hasil penelitian menunjukkan bahwa SMP IT Assyakir telah menerapkan strategi pemasaran pendidikan menggunakan segmentasi pasar, *targetting* dan *positioning* yang cukup baik disesuaikan dengan karakteristik produk, kondisi konsumen, dan kemampuan lembaga sebagai produsen pendidikan. Kegiatan promosi dominan dilakukan dengan pendekatan secara *offline*. Pengembangan implementasi strategi pemasaran dilakukan melalui bauran pemasaran dengan unsur 7P (*product, price, place, promotion, people, physical evidence, dan process*). Adapun faktor pendukung dan penghambat SMP IT Assyakir dalam pemasaran pendidikan diidentifikasi berdasarkan unsur internal dan eksternal. Animo masyarakat terhadap pendidikan kembali meningkat setelah tiga tahun terakhir menurun dikarenakan adanya Covid-19 yang berdampak pada minat dan ekonomi masyarakat. Promosi pada implementasi strategi pemasaran pendidikan di SMP IT Assyakir yang paling efektif adalah melalui kolaborasi dengan SD.

Kata Kunci: Implementasi, Strategi, Pemasaran Pendidikan

ABTRACT

SMP IT Assyakir has experienced fluctuations in student enrollment numbers, failing to meet expected targets and even seeing a decline in recent years. This research aims to analyze the implementation of educational marketing strategies through the marketing mix theory at SMP IT Assyakir; as well as to identify the supporting and inhibiting factors in the marketing of educational services at the school. This is important to continually improve the effectiveness of SMP IT Assyakir's marketing strategies to attract more prospective students. The research employs a descriptive method with a qualitative approach through three techniques: interviews, observations, and documentation. The findings indicate that SMP IT Assyakir has implemented educational marketing strategies using market segmentation, targeting, and positioning appropriately according to the product characteristics, consumer conditions, and the institution's capabilities as an education provider. Promotional activities are predominantly conducted offline. The development of marketing strategy implementation is carried out through the marketing mix elements of 7P (product, price, place, promotion, people, physical evidence, and process). The supporting and inhibiting factors in the educational marketing at SMP IT Assyakir are identified based on internal and external elements. Community interest in education has increased after declining over the past three years due to the impact of Covid-19 on public interest and economy. The most effective promotional strategy in the educational marketing at SMP IT Assyakir is collaboration with primary schools.

Keywords: Implementation, Strategy, Educational Marketing

DAFTAR ISI

HALAMAN PENGESAHAN	i
UCAPAN TERIMA KASIH	ii
ABSTRAK	iv
ABTRACT	v
DAFTAR ISI	vi
DAFTAR TABEL	ix
DAFTAR GAMBAR	x
DAFTAR LAMPIRAN	xi
BAB I PENDAHULUAN	1
1.1 Latar Belakang.....	1
1.2 Batasan dan Rumusan Masalah	6
1.2.1 Batasan Masalah Penelitian	6
1.2.2 Rumusan Masalah Penelitian.....	6
1.3 Tujuan Penelitian.....	6
1.3.1 Tujuan Umum	6
1.3.2 Tujuan Khusus	7
1.4 Manfaat Penelitian.....	7
1.4.1 Manfaat Teoritis	7
1.4.2 Segi Praktis	7
1.5 Struktur Organisasi Skripsi.....	8
BAB II KAJIAN PUSTAKA	9
2.1 Kajian Pustaka	9
2.1.1 Strategi Pemasaran Jasa Pendidikan	9
2.1.1.1 Pengertian Strategi Pemasaran	9
2.1.2 Konsep Pemasaran Jasa Pendidikan	11
2.1.2.1 Pengertian Pemasaran Jasa Pendidikan.....	11
2.1.2.2 Fungsi dan Tujuan Pemasaran Jasa Pendidikan	12
2.1.2.3 Langkah-Langkah Strategi Pemasaran Jasa Pendidikan.....	14
2.1.2.4 Bauran Pemasaran Jasa Pendidikan	17
2.1.2.5 Unsur-Unsur Bauran Pemasaran	18
2.1.3 Implementasi Strategi Pemasaran Jasa Pendidikan	23

2.1.3.1 Faktor Keberhasilan Implementasi Strategi Pemasaran Pendidikan	26
2.1.4 Manajemen Peserta Didik	27
2.1.4.1 Pengertian Manajemen Peserta Didik	27
2.1.4.2 Tujuan, Fungsi dan Prinsip Manajemen Peserta Didik	28
2.1.4.3 Ruang Lingkup Manajemen Peserta Didik	33
2.1.5 Analisis SWOT	35
2.1.5.1 Pengertian SWOT	35
2.1.5.2 Tahapan Analisis SWOT	36
2.2 Penelitian Tedahulu	39
2.3 Kerangka Pikir Penelitian	43
BAB III METODOLOGI PENELITIAN	45
3.1 Desain Penelitian	45
3.2 Tempat dan Partisipan Penelitian	46
3.3 Teknik Penggalan Data	48
3.4 Prosedur Pengolahan Data	49
3.5 Kisi-Kisi Penelitian	51
BAB IV TEMUAN DAN PEMBAHASAN	53
4.1 Gambaran Umum Objek Penelitian	53
4.1.1 Data Sekolah	53
4.1.2 Struktur Organisasi	54
4.1.3 Visi dan Misi SMP IT Assyakir	54
4.1.4 Keadaan Guru dan Karyawan SMP IT Assyakir	55
4.1.5 Keadaan Peserta Didik SMP IT Assyakir	56
4.1.6 Keadaan Sarana dan Prasarana SMP IT Assyakir	57
4.1.7 Kegiatan Pembiasaan Peserta Didik	58
4.1.8 Prestasi Peserta Didik di SMP IT Assyakir	59
4.1.9 Kegiatan Ekstrakurikuler Peserta Didik	59
4.2 Temuan	60
4.2.1 Deskripsi Hasil Penelitian dan Analisis Data	60
4.2.1.1 Implementasi Strategi Pemasaran Pendidikan yang Diterapkan di SMP IT Assyakir	60
4.2.1.2 Strategi Bauran Pemasaran Pendidikan di SMP IT Assyakir	65
4.2.1.3 Analisis SWOT terhadap Implementasi Bauran Pemasaran di SMP IT Assyakir	78

4.2.1.4 Faktor Pendukung dan Penghambat Implementasi Strategi Pemasaran Pendidikan di SMP IT Assyakir.....	84
4.2.1.5 Hasil dan Dampak Implementasi Strategi Pemasaran Pendidikan yang diterapkan di SMP IT Assyakir.....	87
4.3 Pembahasan.....	92
4.3.1 Implementasi Strategi Pemasaran Pendidikan di SMP IT Assyakir	92
4.3.2 Faktor Pendukung dan Penghambat Implementasi Strategi Pemasaran Pendidikan di SMP IT Assyakir.....	96
4.3.3 Hasil dan Dampak Implementasi Strategi Pemasaran Pendidikan di SMP IT Assyakir.....	99
BAB V SIMPULAN DAN REKOMENDASI	102
5.1 Kesimpulan	102
5.2 Implikasi	103
5.3 Rekomendasi.....	104
DAFTAR PUSTAKA.....	105
LAMPIRAN - LAMPIRAN	109

DAFTAR TABEL

Tabel 3. 1 Kisi-kisi Penelitian	51
Tabel 4. 1 Daftar Guru dan Karyawan di SMP IT Assyakir Tahun Ajaran 2023/2024.....	55
Tabel 4. 2 Data Siswa SMP IT Assyakir Tahun 2023-2024.....	56
Tabel 4. 3 Jumlah Perkembangan Siswa SMP IT Assyakir Empat Tahun Terakhir	56
Tabel 4. 4 Data Sarana SMP IT Assyakir.....	57
Tabel 4. 5 Tabel Daftar Prasarana di SMP IT Assyakir.....	58
Tabel 4. 6 Program Kegiatan Peserta Didik di SMP IT Assyakir	58
Tabel 4. 7 Kekuatan dan Kelemahan SMP IT Assyakir	78
Tabel 4. 8 Peluang dan Ancaman SMP IT Assyakir.....	82

DAFTAR GAMBAR

Gambar 2. 1 Diagram Analisis SWOT.....	38
Gambar 2. 2 Kerangka Penelitian	44
Gambar 4. 1 Gambar Struktur Organisasi SMP IT Assyakir Tahun Ajaran 2023/2024.....	54

DAFTAR LAMPIRAN

- Lampiran 1. SK Pengangkatan Pembimbing
- Lampiran 2. Surat Izin Penelitian
- Lampiran 3. Instrumen Penelitian Kualitatif
- Lampiran 4. Hasil Wawancara
- Lampiran 5. Analisis Data Reduksi
- Lampiran 6. Lembar Observasi Siswa
- Lampiran 7. Dokumentasi Penelitian
- Lampiran 8. Catatan Bimbingan Skripsi
- Lampiran 9. Riwayat Hidup

DAFTAR PUSTAKA

1. Buku, Artikel Jurnal dan Skripsi

- Abrori, M. (2015). Strategi Pemasaran Lembaga Pendidikan dalam Meningkatkan Jumlah Peserta Didik di PG/TK Samarinda. *SYAMIL: Jurnal Pendidikan Agama Islam*, 3(2), 227-245, doi: <https://doi.org/10.21093/sy.v3i2.245>.
- Adigunae, I., & Darmawan, H. (2020). Faktor-faktor yang Mempengaruhi Keputusan Orang Tua dalam Memilih Sekolah Dasar Swasta Islami di Kota Palembang. *Jurnal Pendidikan Islam*, 3(2), 321-334.
- Afifah, Asrani Nurul. (2022). *Strategi Promosi Sekolah dalam Meningkatkan Jumlah Peserta Didik di Madrasah Aliyah Harun Al-Rasyid Bontonompo Kabupaten Gowa*. Skripsi. UIN Alauddin Makassar.
- Alma, Buchari, & Ratih Hurriyati. (2009). *Manajemen Corporate & Strategi Pemasaran Jasa Pendidikan: Fokus Pada Mutu dan Layanan Prima*. Bandung: Alfabeta.
- Alma, Buchari. (2008). *Pemasaran Stratejik Jasa Pendidikan*, Bandung: Alfabeta.
- Amalia, Alfi. (2020). *Analisis Strategi Pemasaran Pemilihan Sekolah Menengah Pertama di Kecamatan Purwakarrrta (Studi Kasus di SMP full day Al-Muhajirin Purwakarta)*. Skripsi. Universitas Pakuan. Bogor
- Andrews, Kenneth R. (2004). *Konsep Strategi Perusahaan*. Jakarta: Erlangga.
- Asmani, Jamal Ma'mur. (2015). *Manajemen Efektif Marketing Sekolah*. Yogyakarta: DIVA Press.
- Badriah, Hanifa Nidaulhaq. (2022). *Strategi Pemasaran Pendidikan dalam Peningkatan Jumlah Peserta Didik di SD Islam Ibnu Sina*. Skripsi. Universitas Pendidikan Indonesia.
- Bagong, Suyanto & Sutinah. (2006). *Metode Penelitian Sosial Berbagai Alternatif Pendekatan*. Jakarta: Prenada Media Croup.
- Chandler, Alfred D. (2008). *Strategy and Structure: Chapters in The History of The Industrial Enterprise*. Cambrige Mass: MIT Press.
- Danim, . (2016). *Inovasi Pendidikan dalam Upaya Peningkatan Profesionalisme Tenaga Kependidikan*. Bandung: CV Pustaka Setia.
- Faizin, Imam. (2017). Strategi Pemasaran Jasa Pendidikan dalam Meningkatkan Nilai Jual Madrasah. *Jurnal Madaniyah*, 7(2), 261-283.
- Fajri, Muammar. (2022). *Strategi Pemasaran Pendidikan dalam Menarik Minat Peserta didik Baru di MTs Guppi 1 Babatan Lampung Selatan*. Skripsi. Universitas Islam Negeri Raden Intan Lampung.
- Famela, Galisa Ayu. (2019). *Implementasi Strategi Pemasaran Pendidikan (Studi Kasus di MTs Negeri 2 Bandar Lampung)*. Skripsi. Universitas Islam Negeri Raden Intan.Lampung.

- Fathonah, Kuni. (2016). *Strategi Pemasaran Jasa Pendidikan dalam Meningkatkan Pelayanan Pendidikan di MAN I Sragen*. Tesis. IAIN Surakarta.
- Fikri, Muhammad. (2020). *Strategi Pemasaran Pendidikan dalam Menarik Minat Peserta didik Baru di SMKIT Nurul Qolbi Bekasi*. Skripsi. UIN Syarif Hidayatullah. Jakarta.
- Fitria, Suhailah. (2018). *Strategi Pemasaran Jasa Pendidikan di Sekolah Dasar Islam Terpadu Diniyyah Al-Azhar Jambi*. Skripsi. Universitas Islam Negeri Sultan Thaha Saefuddin. Jambi.
- Fradito, Aditio, Suti'ah dan Muliyadi. (2020). Strategi Pemasaran Pendidikan dalam Meningkatkan Citra Sekolah. *Al-Idarah: Jurnal Kependidikan Islam*, 10(1), 12-22, doi: <https://doi.org/10.24042/alidarah.v10i1.6203>
- Hani'atusaadah, Umi. (2021). *Model Pemasaran Pendidikan dalam Meningkatkan Citra Madrasah di Era New Mave Marketing*. Skripsi. Institut Agama Islam Negeri Ponorogo.
- Hasanah Uswatun, Dian, dkk. (2021). Implementasi Strategi Pemasaran Lembaga Pendidikan Pondok Pesantren Al Muayyad Surakarta. *Jurnal Improvement*, 8(2), 82-95.
- Hidayat, Ara dan Imam Machali. (2010). *Pengelolaan Pendidikan*. Bandung: Pustaka Educa.
- Ismanto, Juli. (2020). *Manajemen Pemasaran*. Tangerang Selatan: UNPAM PRESS
- Juraris, Imam dan Nik Haryanti. (2022). *Manajemen Pemasaran Pendidikan*. Purbalingga: Eureka Media Aksara.
- Kotler & Keller. (2009). *Manajemen Pemasaran Edisi 12*. Indonesia: Pt Ondeks.
- Kotler, P., & Keller, K. L. (2010). *Marketing strategies (16th ed.)*. Pearson Education.
- Kusuma, Nur Wijaya. (2022). *Strategi Pemasaran Jasa Pendidikan dalam Meningkatkan Minat Peserta Didik Baru di Mts Negeri 2 Bandar Lampung*. Skripsi. Universitas Islam Negeri Raden Intan Lampung.
- Maisarah, Desi. (2021). *Strategi Pemasaran Pendidikan dalam Peningkatan Citra Madrasah di MIN 7 Kota Banda Aceh*. Skripsi. Universitas Islam Negeri Ar-Raniry Darussalam Banda Aceh.
- Mastuti., Ririn. (2011). *Manajemen Pemasaran Jasa*. Bogor: Ghalia Indonesia.
- Mustaghfirin, Ahmad. (2021). *Strategi Manajemen Pemasaran dalam Penerimaan Peserta Didik di SMP Al-Huda Semarang*. Skripsi. Universitas Islam Negeri Walisongo
- Najiha, Nasratun dan Erni Munastiwi. (2022). Strategi Manajemen Pemasaran Lembaga Sekolah dalam Menarik Peserta Didik Baru di TK/KB

Tahfidz Qolbun Salim. *Edukatif: Jurnal Ilmu Pendidikan*, 4(5), 6846-6855, doi: <https://edukatif.org/index.php/edukatif/index>

- Nasihin, S & Sururi. (2009). *Manajemen Pendidikan*. Bandung: Alfabeta.
- Nembah F. (2011). *Manajemen Pemasaran*. Bandung: Yrama Widya
- Ni'am, Khoirun. (2021). *Implementasi Pemasaran Pendidikan di MTs Salafiyah Lahar Tlogowungu Pati*. Skripsi. Universitas Islam Negeri Walisongo. Semarang.
- Porter, M. E. (2007). *Strategi Bersaing*. Tangerang: Karisma Publikasi.
- Rinta, Anggi Sirka, dkk. (2022). Strategi Pengelolaan Pemasaran Pendidikan Anak Usia Dini. *Jurnal Multidisipliner Bharasumba*, 1(1), 198-205.
- Rochmah, Kiftiyatul. (2022). *Analisis Strategi Pemasaran Pendidikan Melalui Media Sosial di MTsN 3 Nganjuk*. Skripsi. Institut Agama Islam Negeri. Kediri.
- Rosyidi, Fuad. (2021). *Strategi Pemasaran Pendidikan Islam dalam Meningkatkan Minat Masyarakat di MA NU Nurul Huda Kota Semarang*. Skripsi. Universitas Islam Negeri Walisongo.
- Santoso, Puput Arieyantie. (2022). *Strategi Pemasaran Jasa Pendidikan dalam Meningkatkan Jumlah Pendaftar pada PPDB SMP Muhammadiyah 1 Pare*. Skripsi. Institut Agama Islam Negeri Kediri.
- Semiawan. (2010). *Metode Penelitian Kualitatif*. Jakarta: Grasindo.
- Setiawan, I., & Setyaningsih, W. (2018). Strategi pemasaran jasa pendidikan dalam meningkatkan jumlah peserta didik (Studi kasus pada SMA X di Kota Semarang). *Jurnal Manajemen Pendidikan*, 17(3), 301-312.
- Sidiq, U., & Choiri, M. M. (2019). *Metode Penelitian Kualitatif di Bidang Pendidikan*. Ponorogo: CV Nata Karya.
- Sugiyono. (2014). *Metode Penelitian Pendidikan: Kuantitatif, Kualitatif dan R&D*. Bandung: Alfabeta.
- Suparno. (2021). *Manajemen Pemasaran Jasa Pendidikan dalam Meningkatkan Jumlah Peserta Didik di Madrasah Tsanawiyah (MTs) Negeri 5 Cilacap*. Tesis. Institut Agama Islam Nahdlatul Ulama.
- Tjiptono, Fandy. (2014). *Pemasaran Jasa*. Yogyakarta: Penerbit Andi.
- Triatna, Cepi, Asep S. & Suryadi. (2017). *Diagnosis Kesehatan Manajemen Sekolah: Seri Patologi Organisasi Pendidikan*. Bandung: Epigraf.
- Ulfa, Mariana. (2018). *Strategi Pemasaran Jasa Pendidikan di SMK Muhammadiyah Salaman Magelang*. Skripsi. Universitas Islam Negeri Sunan Kalijaga. Yogyakarta.
- Usmara. (2008). *Manajemen Sumber Daya Manusia*. Yogyakarta: Amara Books

Wahyuni, Dini. (2021). *Implementasi Strategi Pemasaran Pendidikan di MTs Hasanuddin Teluk Betung Bandar Lampung*. Skripsi. Universitas Islam Negeri Raden Intan. Lampung.

Wijaya, David. (2012). *Pemasaran Jasa Pendidikan “Mengapa Sekolah Memerlukan Marketing”*. Jakarta: Salemba Empat.

2. Peraturan Perundangan

Peraturan Menteri Pendidikan dan Kebudayaan No. 17 Tahun 2017 tentang Jumlah Peserta Didik dalam Satu Rombongan Belajar

Undang-Undang No. 20 tahun 2003 tentang Sistem Pendidikan Nasional

3. Sumber *Online* dan Bentuk Lain:

Afifah, Umi. (2016). *Strategi Pemasaran*. Pdf. Diakses dari <http://repository.iainkudus.ac.id/135/5/5.%20BAB%20II.pdf>

Astuti, Novi Fuji. (2021). *Pengertian Pemasaran Menurut Para Ahli*. Diakses dari <https://www.merdeka.com/jabar/pengertian-pemasaran-menurut-para-ahli-berikut-strategi-dan-fungsinya-klm.html>

Dosenpendidikan. (2021). *Pengertian Strategi Menurut Para Ahli*. Diakses dari <https://www.dosenpendidikan.co.id/strategi-adalah/>.

Fazrin, Ayu. (2017). *Bauran Pemasaran*. Pdf. Diakses dari <http://eprints.polsri.ac.id/4175/3/BAB%20II.pdf>

Firdaus, MS. (2020). *Pemasaran dan Strategi Pemasaran*. Pdf. Diakses dari <http://repository.iainkudus.ac.id/3523/5/5.%20BAB%20II.pdf>

Junianto, J. (2016). *Strategi Pemasaran Lembaga Pendidikan Islam*. Diakses dari <http://repository.iainpurwokerto.ac.id/2391/2/bab%202.pdf>

Purba, REB. (2017). *Kualitas Pelayanan*. Diakses dari http://etheses.uin-malang.ac.id/1552/6/11410152_Bab_2.pdf.