

Nomor Daftar: 021/S/KWU/25/VIII/2022

**PENGARUH *MARKETING MIX* TERHADAP KEPUTUSAN KONSUMEN  
DALAM MEMILIH SATUAN PENDIDIKAN  
DI SEKOLAH MENENGAH ATAS SWASTA ISLAM CIPASUNG**

**SKRIPSI**

Diajukan untuk memenuhi sebagian dari syarat memperoleh gelar Sarjana Bisnis  
(S.Bns.) Program Studi Kewirausahaan



**SHERLI ISMAYA DEWI**

**1805855**

**PROGRAM STUDI S1 KEWIRAUSAHAAN  
UNIVERSITAS PENDIDIKAN INDONESIA  
KAMPUS TASIKMALAYA**

**2022**

Sherli Ismaya Dewi, 2022.

***PENGARUH MARKETING MIX TERHADAP KEPUTUSAN KONSUMEN DALAM MEMILIH SATUAN  
PENDIDIKAN DI SEKOLAH MENENGAH ATAS SWASTA ISLAM CIPASUNG.***

Universitas Pendidikan Indonesia | [repository.upi.edu](http://repository.upi.edu) | [perpustakaan.upi.edu](http://perpustakaan.upi.edu)

**LEMBAR PENGESAHAN**

**PENGARUH *MARKETING MIX* TERHADAP KEPUTUSAN KONSUMEN  
DALAM MEMILIH SATUAN PENDIDIKAN DI SEKOLAH MENENGAH  
ATAS SWASTA ISLAM CIPASUNG**


Tasikmalaya, 14 Agustus 2022  
Disetujui dan disahkan oleh pembimbing:

Pembimbing I,



**Dr. H. Krisna Sujaya, Drs., M.Pd.**  
NIP 195906191989031003

Pembimbing II,



**Azizah Fauziyah, S.Pd., M.Pd.,**  
NIP 920171219910820201

Diketahui:

Ketua Program Studi S1 Kewirausahaan,



**Azizah Fauziyah, S.Pd., M.Pd.**  
NIP 920171219910820201

## **SURAT PERNYATAAN KEASLIAN**

Saya yang bertandatangan di bawah ini:

Nama : Sherli Ismaya Dewi

NIM : 1805855

Program Studi : S1 Kewirausahaan

Judul Tugas Akhir : **PENGARUH STRATEGI *MARKETING MIX*  
TERHADAP KEPUTUSAN KONSUMEN DALAM  
MEMILIH SATUAN PENDIDIKAN DI SMA SWASTA  
ISLAM CIPASUNG**

Dengan ini saya menyatakan bahwa penelitian skripsi dengan judul “Pengaruh Strategi *Marketing Mix* Terhadap Keputusan Konsumen Dalam Memilih Satuan Pendidikan Di SMA Swasta Islam Cipasung” beserta seluruh isinya benar-benar karya saya sendiri. Saya tidak menjiplak atau pun plagiat karya tulis orang lain atau mengutip dengan cara yang tidak sesuai dengan etika ilmu yang berlaku. Atas pernyataan ini saya menanggung resiko jika di kemudian hari ditemukan pelanggaran etika keilmuan atau klaim dari pihak lain atas keaslian penelitian ini.

Tasikmalaya, 14 Agustus 2022

Yang menyatakan,



Sherli Ismaya Dewi

1805855

**PENGARUH *MARKETING MIX* TERHADAP KEPUTUSAN KONSUMEN  
DALAM MEMILIH SATUAN PENDIDIKAN DI SEKOLAH MENENGAH  
ATAS SWASTA ISLAM CIPASUNG**

Sherli Ismaya Dewi<sup>1</sup>, Krisna Sujaya<sup>2</sup>, Azizah Fauziyah<sup>3</sup>

**ABSTRAK**

Penelitian ini bertujuan untuk melihat gambaran dari *marketing mix* dan gambaran dari keputusan konsumen di Sekolah Menengah Atas Swasta Islam Cipasung (SMA Islam Cipasung) dan untuk melihat pula pengaruh dari *marketing mix* terhadap keputusan konsumen dalam memilih sekolah di SMA Islam Cipasung. SMA Islam Cipasung merupakan sekolah swasta yang terletak di Kecamatan Singaparna dan merupakan sekolah dengan peminat paling banyak diantara sekolah swasta lainnya dan telah terakreditasi A. Pada penelitian ini menggunakan metode penelitian kuantitatif dengan pendekatan deskriptif verifikatif. Pengumpulan data pada penelitian ini dilakukan dengan observasi studi pendahuluan ke sekolah, wawancara dengan pihak sekolah dan menyebarkan angket sebagai alat pengumpul data kepada peserta didik. Populasi pada penelitian ini sebanyak 1130 peserta didik dengan sampel sebanyak 92 peserta didik, teknik pengambilan sampel menggunakan rumus Slovin. Masing-masing gambaran umum hasil penelitian dari *marketing mix* dan keputusan konsumen di SMA Islam Cipasung menunjukkan persentase sangat baik. Hasil penelitian dari analisis data yang telah dilakukan menggunakan uji t dan regresi linear sederhana yaitu terdapat pengaruh positif antara variabel *Marketing mix* dan keputusan konsumen sebesar 63%. Semakin bagus *marketing mix* maka semakin tinggi pula keputusan siswa dalam memilih sekolah di SMA Islam Cipasung ini. Sisa dari pengaruh positif lainnya dipengaruhi oleh variabel lain yang tidak diteliti dalam penelitian ini.

**Kata Kunci:** *Marketing mix*, pemasaran jasa, pendidikan, Cipasung, Tasikmalaya

**THE EFFECT OF MARKETING MIX ON CONSUMER DECISIONS IN  
SELECTING EDUCATION UNITS IN PRIVATE ISLAMIC HIGH  
SCHOOLS CIPASUNG**

Sherli Ismaya Dewi<sup>1</sup>, Krisna Sujaya<sup>2</sup>, Azizah Fauziyah<sup>3</sup>

**ABSTRACT**

*This study aims to see an overview of the marketing mix and an overview of consumer decisions at the Cipasung Islamic Private High School (SMA Islam Cipasung) and to also see the influence of the marketing mix on consumer decisions in choosing a school at Cipasung Islamic High School. Cipasung Islamic High School is a private school located in Singaparna District and is the school with the most interest among other private schools and has been accredited A. This study uses quantitative research methods with a descriptive verification approach. Data collection in this study was carried out by observing a preliminary study to the school, interviewing the school and distributing questionnaires as a data collection tool. The population in this study was 1130 students with a sample of 92 students, the sampling technique used the Slovin formula. Each general description of research results from the marketing mix and consumer decisions at SMA Islam Cipasung shows a very good percentage. The results of the data analysis that have been carried out using the *t* test and simple linear regression are that there is a positive influence between the Marketing mix variable and consumer decisions by 63%. The better the marketing mix, the higher the student's decision in choosing a school at this Cipasung Islamic High School. The rest of the other positive effects are influenced by other variables not examined in this study.*

**Keywords:** *marketing mix, service marketing, education, Cipasung, Tasikmalaya.*

## DAFTAR ISI

<b>LEMBAR PENGESAHAN</b> .....	Error! Bookmark not defined.
<b>SURAT PERNYATAAN KEASLIAN</b> .....	<b>57</b>
<b>UCAPAN TERIMA KASIH</b> .....	Error! Bookmark not defined.
<b>ABSTRAK</b> .....	<b>58</b>
<b>KATA PENGANTAR</b> .....	Error! Bookmark not defined.
<b>DAFTAR ISI</b> .....	<b>60</b>
<b>DAFTAR TABEL</b> .....	<b>62</b>
<b>DAFTAR GAMBAR</b> .....	<b>63</b>
<b>DAFTAR LAMPIRAN</b> .....	<b>64</b>
<b>BAB I PENDAHULUAN</b> .....	Error! Bookmark not defined.
1.1 Latar Belakang.....	<b>Error! Bookmark not defined.</b>
1.2 Rumusan Masalah.....	<b>Error! Bookmark not defined.</b>
1.3 Tujuan Penelitian .....	<b>Error! Bookmark not defined.</b>
1.4 Kegunaan Penelitian .....	<b>Error! Bookmark not defined.</b>
<b>BAB II KAJIAN PUSTAKA, DASAR PEMIKIRAN, HIPOTESIS</b> .....	Error! Bookmark not defined.
2.1 Kajian Pustaka .....	<b>Error! Bookmark not defined.</b>
2.1.1 Keputusan Konsumen Memilih Sekolah .....	<b>Error! Bookmark not defined.</b>
2.1.2 Konsep Pemasaran Jasa Pendidikan .....	<b>Error! Bookmark not defined.</b>
2.1.3 Definisi <i>Marketing Mix</i> .....	<b>Error! Bookmark not defined.</b>
2.1.4 Penelitian Terdahulu .....	<b>Error! Bookmark not defined.</b>
2.2 Kerangka Pemikiran .....	<b>Error! Bookmark not defined.</b>
2.3 Hipotesis .....	<b>Error! Bookmark not defined.</b>
<b>BAB III METODOLOGI PENELITIAN</b> .....	Error! Bookmark not defined.
3.1 Objek Penelitian.....	<b>Error! Bookmark not defined.</b>
3.2 Metode dan Desain Penelitian .....	<b>Error! Bookmark not defined.</b>
3.2.1 Metode Penelitian .....	<b>Error! Bookmark not defined.</b>
3.2.2 Desain Penelitian .....	<b>Error! Bookmark not defined.</b>
3.3 Operasionalisasi Variabel .....	<b>Error! Bookmark not defined.</b>
3.4 Sumber Data .....	<b>Error! Bookmark not defined.</b>

3.4.1 Data Primer.....	<b>Error! Bookmark not defined.</b>
3.4.2 Data Sekunder.....	<b>Error! Bookmark not defined.</b>
3.5 Alat Pengumpul Data.....	<b>Error! Bookmark not defined.</b>
3.6 Populasi, Sampel dan Teknik Pengambilan Sampel... <b>defined.</b>	<b>Error! Bookmark not defined.</b>
3.6.1 Populasi .....	<b>Error! Bookmark not defined.</b>
3.6.2 Sampel .....	<b>Error! Bookmark not defined.</b>
3.6.3 Teknik Pengambilan Sampel .....	<b>Error! Bookmark not defined.</b>
3.7 Uji Instrumen Penelitian .....	<b>Error! Bookmark not defined.</b>
3.7.1 Uji Validitas.....	<b>Error! Bookmark not defined.</b>
3.7.2 Uji Reliabilitas.....	<b>Error! Bookmark not defined.</b>
3.8 Teknik Analisis Data .....	<b>Error! Bookmark not defined.</b>
3.8.1 Statistik Deskriptif.....	<b>Error! Bookmark not defined.</b>
3.8.2 Asumsi Klasik .....	<b>Error! Bookmark not defined.</b>
3.8.3 Analisis Regresi Sederhana .....	<b>Error! Bookmark not defined.</b>
3.8.4 Uji Hipotesis .....	<b>Error! Bookmark not defined.</b>
<b>BAB IV HASIL DAN PEMBAHASAN .....</b>	<b>Error! Bookmark not defined.</b>
4.1 Hasil Penelitian.....	<b>Error! Bookmark not defined.</b>
4.1.1 Deskripsi Hasil Penelitian .....	<b>Error! Bookmark not defined.</b>
4.1.2 Uji Instrumen Penelitian .....	<b>Error! Bookmark not defined.</b>
4.1.4 Uji Asumsi Klasik .....	<b>Error! Bookmark not defined.</b>
4.1.5 Uji Hipotesis .....	<b>Error! Bookmark not defined.</b>
4.2 Pembahasan Hasil Penelitian.....	<b>Error! Bookmark not defined.</b>
4.2.1 Pengaruh <i>Marketing Mix</i> terhadap Keputusan Konsumen .....	<b>Error! Bookmark not defined.</b>
<b>BAB V SIMPULAN, IMPLIKASI DAN REKOMENDASI ...</b>	<b>Error! Bookmark not defined.</b>
5.1 Simpulan.....	<b>Error! Bookmark not defined.</b>
5.2 Implikasi .....	<b>Error! Bookmark not defined.</b>
5.3 Rekomendasi .....	<b>Error! Bookmark not defined.</b>
<b>DAFTAR PUSTAKA .....</b>	<b>65</b>
<b>RIWAYAT HIDUP .....</b>	<b>Error! Bookmark not defined.</b>

## DAFTAR TABEL

Tabel 1. 1 Perbandingan Sekolah Swasta dan Negeri di Indonesia .....	<b>Error! Bookmark not defined.</b>
Tabel 1. 2 Jumlah Peserta Didik Empat Tahun Terakhir .....	<b>Error! Bookmark not defined.</b>
Tabel 2. 1 Penelitian Terdahulu .....	<b>Error! Bookmark not defined.</b>
Tabel 3. 1 Operasionalisasi Variabel .....	<b>Error! Bookmark not defined.</b>
Tabel 3. 2 Kriteria Skala Likert.....	<b>Error! Bookmark not defined.</b>
Tabel 4. 1 Karakteristik Responden .....	<b>Error! Bookmark not defined.</b>
Tabel 4. 2 Hasil Uji Validitas.....	<b>Error! Bookmark not defined.</b>
Tabel 4. 3 Hasil Uji Reliabilitas .....	<b>Error! Bookmark not defined.</b>
Tabel 4. 4 Deskripsi Data Statistik.....	<b>Error! Bookmark not defined.</b>
Tabel 4. 5 Kelas Interval .....	<b>Error! Bookmark not defined.</b>
Tabel 4. 6 Kategori Persentase.....	<b>Error! Bookmark not defined.</b>
Tabel 4. 7 Kategorisasi Indikator Produk .....	<b>Error! Bookmark not defined.</b>
Tabel 4. 8 Kategorisasi Indikator Price.....	<b>Error! Bookmark not defined.</b>
Tabel 4. 9 Kategorisasi Indikator Place .....	<b>Error! Bookmark not defined.</b>
Tabel 4. 10 Kategorisasi Indikator Promotion .....	<b>Error! Bookmark not defined.</b>
Tabel 4. 11 Kategorisasi Indikator Person .....	<b>Error! Bookmark not defined.</b>
Tabel 4. 12 Kategorisasi Physical Evidence .....	<b>Error! Bookmark not defined.</b>
Tabel 4. 13 Kategorisasi Indikator Process.....	<b>Error! Bookmark not defined.</b>
Tabel 4. 14 Deskripsi Data Statistik.....	<b>Error! Bookmark not defined.</b>
Tabel 4. 15 Kategorisasi Keputusan Konsumen ....	<b>Error! Bookmark not defined.</b>
Tabel 4. 16 Hasil Uji Kolmogorov-Smirnov .....	<b>Error! Bookmark not defined.</b>
Tabel 4. 17 Hasil Uji Multikolinieritas .....	<b>Error! Bookmark not defined.</b>
Tabel 4. 18 Hasil Uji Heteroskedastisitas .....	<b>Error! Bookmark not defined.</b>
Tabel 4. 19 Hasil Uji Regresi Linear Sederhana.....	<b>Error! Bookmark not defined.</b>
Tabel 4. 20 Hasil Uji t.....	<b>Error! Bookmark not defined.</b>
Tabel 4. 21 Hasil Uji Koefisien Determinasi .....	<b>Error! Bookmark not defined.</b>



## DAFTAR GAMBAR

Gambar 2. 1 Model AIDA .....	<b>Error! Bookmark not defined.</b>
Gambar 2. 2 Kerangka Pemikiran.....	<b>Error! Bookmark not defined.</b>
Gambar 2. 3 Hubungan Variabel .....	<b>Error! Bookmark not defined.</b>
Gambar 3. 1 Alur Penelitian.....	<b>Error! Bookmark not defined.</b>
Gambar 4. 1 Hasil Uji Normalitas Histogram.....	<b>Error! Bookmark not defined.</b>
Gambar 4. 2 Hasil Uji Normalitas P-Plot.....	<b>Error! Bookmark not defined.</b>

## DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran 1 Kuesioner Penelitian.....	<b>Error! Bookmark not defined.</b>
Lampiran 2 Hasil Uji Validitas X .....	<b>Error! Bookmark not defined.</b>
Lampiran 3 Hasil Uji Validitas Y .....	<b>Error! Bookmark not defined.</b>
Lampiran 4 Hasil Uji Reliabilitas .....	<b>Error! Bookmark not defined.</b>
Lampiran 5 Uji Normalitas Kolmogorov-Smirnov.....	<b>Error! Bookmark not defined.</b>
Lampiran 6 Histogram .....	<b>Error! Bookmark not defined.</b>
Lampiran 7 P-PLot.....	<b>Error! Bookmark not defined.</b>
Lampiran 8 Uji Multikolinearitas .....	<b>Error! Bookmark not defined.</b>
Lampiran 9 Uji Heteroskedastisitas .....	<b>Error! Bookmark not defined.</b>
Lampiran 10 Uji t.....	<b>Error! Bookmark not defined.</b>
Lampiran 11 Uji Regresi Linear Sederhana.....	<b>Error! Bookmark not defined.</b>
Lampiran 12 Koefisien Determinasi .....	<b>Error! Bookmark not defined.</b>

## DAFTAR PUSTAKA

- Amirullah. (2015). *POPULASI DAN SAMPLE (Pemahaman, jenis dan teknik)* (pp. 67–80). Bayumedia Publishing Malang.
- Arikunto, S. (2016). *Manajemen Penelitian*. PT Rineka Cipta.
- Azwar, S. (2020). *Penyusunan Skala Psikologi* (2nd ed.). Pustaka Pelajar.
- Buchari, A. (2011). *Manajemen Pemasaran dan Pemasaran Jasa*. Alfabeta.
- Buchari, A., & Hurriyati, R. (2009). *Manajemen Corporate dan Strategi Pemasaran Jasa Pendidikan Fokus Pada Mutu dan Layanan Prima*. Alfabeta.
- Ghozali, I. (2018). *Aplikasi Analisis Multivariate Dengan Program IBM SPSS 25* (9th ed.). Badan Penerbit Universitas Diponegoro.
- Irawan, I. C. (2018). Analisis pengaruh bauran pemasaran jasa terhadap keputusan wali murid memilih sekolah dasar. *7(2)*, 263–276. <https://doi.org/10.14414/jbb.v7i2.1382>
- Kamaludin. (2018). ANALISIS PENGARUH BAURAN PEMASARAN TERHADAP KEPUTUSAN KONSUMEN DALAM MEMILIH SMK MUHAMMADIYAH 1 YOGYAKARTA. *Jurnal Ekobis Dewantara, 1(2)*, 166–181. <https://jurnalfe.ustjogja.ac.id/index.php/ekobis/article/view/832>
- Khasanah, A. (2015). Pemasaran Jasa Pendidikan Sebagai Strategi Peningkatan Mutu Di SD Alam Baturaden. *Jurnal EL-Tarbawi, VIII(2)*, 161–176. <https://doi.org/10.20885/tarbawi.vol8.iss2.art4>
- Kotler, P., & Armstrong, G. (2019). *Prinsip-Prinsip Pemasaran* (A. Maulana, D. Barnadi, & W. Hardani (eds.); 12th ed.). Erlangga.
- Kotler, P., Armstrong, G., & Opresnik, M. O. (2018). *Principles of Marketing (Electronic Version)*.
- Kotler, P., & Keller, K. L. (2016). Marketing Management. In *Pearson Education Limited* (Vol. 15).
- Kotler, P., Wong, V., Saundres, J., & Armstrong, G. (2005). *Principles of Marketing*. (Fourth Eur). Pearson Education.
- Labaso, S. (2019). Penerapan Marketing Mix sebagai Strategi Pemasaran Jasa Pendidikan di MAN 1 Yogyakarta. *MANAGERIA: Jurnal Manajemen Pendidikan Islam, 3(2)*, 289–311.

<https://doi.org/10.14421/manageria.2018.32-05>

- Lupiyoadi, R. (2013). *Manajemen Pemasaran Jasa* (2nd ed.). Salemba Empat.
- Maharani, N. (2015). Proses Pengambilan Keputusan Pembelian Konsumen Terhadap Produk Iphone Di Bandung. *Jurnal Manajemen Dan Bisnis (Performa)*, 12(1), 59–75.  
<https://elearning2.unisba.ac.id/index.php/performa/article/view/3043>
- Maisah, M., Mahdayeni, M., Maryam, M., & Muhammad Roihan Alhaddad. (2020). Penerapan 7P Sebagai Strategi Pemasaran Pendidikan Tinggi. *Jurnal Ekonomi Manajemen Sistem Informasi*, 1(4), 325–333.  
<https://doi.org/10.31933/jemsi.v1i4.116>
- Priansa, D. J. (2021). *Perilaku Konsumen Dalam Persaingan Bisnis Kontemporer* (D. J. Priansa (ed.); 2nd ed.). Alfabeta.
- Putra, E., Yunus, M., & Sulaiman. (2015). *PENGARUH BAURAN PEMASARAN JASA TERHADAP KEPERCAYAAN MEREK ( BRAND TRUST ) DAN DAMPAKNYA*. 4(1), 174–185.
- Rama, A., & Barusman, P. (2019). The Impact of 7p's (Marketing Mix) on Student Parents' Decision at School for Disable Students with Special Needs. *Journal of Business and Management*, 21(5), 22–28. <https://doi.org/10.9790/487X-2105022228>
- Rofik, C. (2019). *PENGARUH FAKTOR-FAKTOR BAURAN PEMASARAN TERHADAP KEPUTUSAN SISWA MEMILIH SEKOLAH DI SMP ISLAM AL-AZHAR 15 CILACAP*. Institut Agama Islam Negeri (IAIN) Purwokerto.
- Rosmaniar, A. (2019). *Pengaruh bauran pemasaran jasa terhadap keputusan siswa memilih sekolah menengah kejuruan swasta di surabaya*. 16(1), 22–33.  
<https://doi.org/http://dx.doi.org/10.29264/jkin.v16i1.4628>
- Safitri Amelia, Hartini Salamah, & Mohammad Sofyan. (2019). Effect of Marketing Strategy and Service Quality Against the Decisions of Parents. *Ilomata International Journal of Management*, 1(1), 31–37.  
<https://doi.org/10.52728/ijjm.v1i1.31>
- Sagala, S. (2013). *Manajemen Strategik Dalam Peningkatan Mutu Pendidikan: Pembuka Ruang Kreativitas, Inovasi dan Pemberdayaan Potensi Sekolah Dalam Sistem Otonomi Sekolah* (6th ed.). Alfabeta.

Sherli Ismaya Dewi, 2022.

**PENGARUH MARKETING MIX TERHADAP KEPUTUSAN KONSUMEN DALAM MEMILIH SATUAN PENDIDIKAN DI SEKOLAH MENENGAH ATAS SWASTA ISLAM CIPASUNG.**

Universitas Pendidikan Indonesia | [repository.upi.edu](https://repository.upi.edu) | [perpustakaan.upi.edu](https://perpustakaan.upi.edu)

- Shinta, A. (2011). *Manajemen pemasaran* (1st ed.). UB Press.
- Sugiyono. (2018). *Metode Penelitian Kuantitatif* (Setiyawami (ed.)). Alfabeta.
- Supriyani, & Susilo, H. (2016). PENGARUH STRATEGI BAURAN PEMASARAN TERHADAP KEPUTUSAN SISWA DALAM MEMILIH MADRASAH ALIYAH NEGERI TUBAN. *Jurnal Dinamika Manajemen Pendidikan*, 1(1), 68–78.
- Sutama, & Hasthanti, S. W. (2018). Bauran Marketing Jasa Pendidikan Sekolah Dasar Muhammadiyah. *Managemen Pendidikan*, 13(2), 190–203.
- Suwatno, S., Rino, R., & Anggara, R. (2019). *High Schools Students' Decision in Choosing Tutoring Institution*. 178(ICoIE 2018), 257–262. <https://doi.org/10.2991/icoie-18.2019.58>
- Tanama, B. R. (2017). *Manajemen pemasaran*.
- Tjiptono, F. (2019). *Strategi Pemasaran Prinsip dan Penerapan* (A. Diana (ed.)). ANDI.
- Trisliantanto, D. A. (2020). *Metodologi Penelitian Panduan Lengkap Penelitian Dengan Mudah* (Giovanni (ed.); 1st ed.). CV. ANDI.
- Ujang, M. (2008). Pengaruh Bauran Pemasaran Jasa Pendidikan Terhadap Keputusan Mahasiswa Memilih Perguruan Tinggi Swasta Di Jawa Barat. *SEMINAR NASIONAL MULTI DISIPLIN ILMU & CALL FOR PAPERS UNISBANK (SENDI\_U) Kajian Multi Disiplin Ilmu Untuk Mewujudkan Poros Maritim Dalam Pembangunan Ekonomi Berbasis Kesejahteraan Rakyat ISBN: 978-979-3649-81-8*, 978–979.
- Utama, Y. N. D., Kuswarak, & Naser, A. (2019). Pengaruh Marketing Mix Terhadap Keputusan Pembelian. *Jurnal Manajemen Mandiri Saburai*, 01(01), 43–50. <https://www.journal.unrika.ac.id/index.php/jurnaldms>
- Wahyoedi, S., Saparso, S., Tecoalu, M., & Winoto Tj, H. (2021). The Effect of Service Quality, Learning Quality, and Promotion Strategy on Parents' Decisions in Choosing ABC Primary Schools. *Budapest International Research and Critics Institute (BIRCI-Journal): Humanities and Social Sciences*, 4(1), 999–1005. <https://doi.org/10.33258/birci.v4i1.1701>
- Wahyudi, K. (2016). MANAJEMEN PEMASARAN PENDIDIKAN. *Jurnal Kariman*, 4(2), 99–116.

[https://repository.uinjkt.ac.id/dspace/bitstream/123456789/54890/1/21160181000031\\_Ahmad Abdul Wasiudin - Ahmad Abdul Wasiudin.pdf](https://repository.uinjkt.ac.id/dspace/bitstream/123456789/54890/1/21160181000031_Ahmad%20Abdul%20Wasiudin%20-%20Ahmad%20Abdul%20Wasiudin.pdf)

- Wangarry, C. L., Tumbel, A., Karuntu, M. M., Ekonomi, F., Manajemen, J., & Ratulangi, U. S. (2018). PENGARUH BAURAN PEMASARAN TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN SEPEDA MOTOR HONDA DI PT . HASJRAT ABADI RANOTANA. *Jurnal EMBA*, 6(4), 2058–2067. <https://doi.org/https://doi.org/10.35794/emba.v6i4.20935>
- Wijaya, D. (2012). *Pemasaran Jasa Pendidikan* (B. S. Fatmawati (ed.)). Salemba Empat.
- Yuniarsih, A., Hakim, L., & Sudodo, Y. (2018). ANALISIS PENGARUH BAURAN PEMASARAN JASA TERHADAP KEPUTUSAN SISWA MEMILIH SMK NEGERI 1 SUMBAWA BESAR (STUDI KASUS ANGKATAN 2017/2018). *Jurnal Ekonomi Dan Bisnis Indonesia*, 3(2). <https://doi.org/10.37673/jebi.v3i2.35>