

DAFTAR PUSTAKA

- Afrinal, Ghalib, S., & Maryono. (2015). Pengaruh Produk, Promosi, Orang, dan Proses terhadap Keputusan Orang Tua dalam Memilih SMA Global Islamic Boarding School. *Jurnal Bisnis Dan Pembangunan*, 4(1), 33–40.
- Amstrong, K. P. (2001). *Prinsip-prinsip Pemasaran*. Erlangga.
- Baskara, A., & Ernasari, N. (2018). Pengaruh Word of Mouth (Wom) Dan Brand Image Terhadap Keputusan Calon Mahasiswa Melanjutkan Studi Di Perguruan Tinggi. *PeKa : Jurnal Pendidikan Ekonomi Akuntansi FKIP UIR*, 6(2), 171–178.
- Campbell, D.E., Wright, R. . (2008). Shut-Up I Don't Care: Understanding the Role of Relevance and Interactivity on Consumer Attitudes toward Repetitive Online Advertising. *Journal of Electronic Commerce Research*.
- Cresswell, J. W. (2012). *Educational Research: Planning, Conducting, Evaluating. Quantitative and Qualitative Research (Fourth Edition)*. Pearson Education Limited.
- Davis, F. D. (1989). *Perceived Usefulness, Perceived Ease of Use, and User Acceptance of Information Technology*. *Mis Quarterly*.
- Dwitagama, D. (2016). *Pencitraan Sekolah, pendidikan Karakter, School Branding*. <https://dedidwitagama.wordpress.com/2016/04/08/pencitraan-sekolah-school-branding-itu-harus-atau-sekolah-anda-bakal-tak-ada-peminat/>
- Enjina. (2019). *Pengaruh Citra Merek terhadap Keputusan Orang Tua Memilih Jasa Pendidikan di Sekolah Dasar AMKUR Bengkayang*. 45(45), 95–98.
- Febryanto. (2021). *Pengaruh Promosi Online dan Harga terhadap Keputusan Pembelian di Masa Pandemi Covid-19*.
- Ghozali, I. (2018). *Aplikasi Analisis Multivariate dengan Program IBM SPSS*. Badan Penerbit Universitas Diponegoro.
- Hakiki, I. K. (2021). *Pengaruh Word of Mouth, Lokasi, Social Influence, dan School Performance terhadap Pengambilan Keputusan Orang Tua dalam Memilih Sekolah Menengah Pertama Studi Kasus SMP Nurul Falah Jakarta Utara*. STIE INDONESIA JAKARTA.
- Ichbal, M. N. (2013). Analisis Pengaruh Word of Mouth, marketing Mix (produk, harga, promosi dan saluran distribusi) dan citra merek terhadap Keputusan Mobil Suzuki Swift (Studi Kasus pada Swift Club Indonesia). *Universitas Islam Negeri Syarif Hidayatullah*, 1, 1–179.
- Joesyiana, K. (2018). Pengaruh Word Of Mouth Terhadap Keputusan Pembelian Konsumen Pada Media Online Shop Shopee Di Pekanbaru (Survey pada Mahasiswa Semester VII Jurusan Pendidikan Akuntansi Fakultas Keguruan dan Ilmu Pendidikan Universitas Islam Riau). *Jurnal Valuta*, Vol. 4(1), 71–85.
- Khasanah, N. (2012). Faktor-Faktor yang Mempengaruhi Orang Tua dalam Pengambilan Keputusan Memilih Sekolah Dasar Swasta (SD Virgo Maria 2 dan SDIP. H. Soebandi Kecamatan Bawen Kabupaten Semarang). *Satya Widya*, 28(2), 137. <https://doi.org/10.24246/j.sw.2012.v28.i2.p137-146>
- Kotler, P., & Keller, K. L. (2016). *Marketing Management Global Edition*.

- <https://doi.org/https://doi/abs/10.1080/08911760903022556>
- Kotler, Philip & Keller, K. L. (2016). *Manajemen Pemasaran edisi 12 Jilid 1 & 2*. PT. Indeks.
- Kotler, A. (2016). *Principles of Marketing Sixteenth Global Edition*. Pearson Education Limited.
- Kusumawati, N. (2019). *Pengaruh Perilaku Konsumen terhadap Keputusan Membeli Tempe* (Vol. 3). INSTITUT AGAMA ISLAM NEGERI (IAIN) METRO.
- Kuswandi, W. (2020). *School Branding dan Inovasi Sekolah*.
<http://disdikbb.org/news/school-branding-dan-inovasi-sekolah/>
- Mujib, F. (2020). *School Branding Strategi di Era Disruptif*. Bumi Aksara.
- Munarsih, M., Akbar, M. F., & Sudarsono, A. (2020). Pengaruh Promosi Terhadap Keputusan Memilih Sekolah Pada Orangtua Siswa Sdit Bina Cendekia – Depok. *Jurnal Ekonomi Efektif*, 2(3), 407–414.
<https://doi.org/10.32493/jee.v2i3.6804>
- Nugraha, D., & Putra, E. (2015). The Influence of Word of Mouth on Buying Decision in Cafe Roti Gempol Dan Kopi Anjis. *E-Proceeding of Management*, 2(1), 758.
- Nunnally, Bernstein, I. H. (1994). *Psychometric Theory* (III). McGraw Hill.
- Nurhadiansyah, M. I. (2013). *Pengaruh Harga dan Promosi terhadap Keputusan Pemilihan SMA Plus PGRI Cibinong sebagai Tempat Melanjutkan Pendidikan*.
- Perneger, T. V, Courvoisier, D. S., & Ange, P. M. H. (2015). *Sample size for pre-tests of questionnaires*. 147–151. <https://doi.org/10.1007/s11136-014-0752-2>
- Prabowo, H., & Lily, L. (2011). Pengaruh Word of Mouth Marketing dan Pameran terhadap Keputusan Orang Tua Memilih Sekolah. *Binus Business Review*, 2(1), 302. <https://doi.org/10.21512/bbr.v2i1.1137>
- Putri, C. M. I. (2018). Pengaruh Promosi Online dan Kualitas Pelayanan terhadap Keputusan Pembelian Konsumen. *Analytical Biochemistry*, 11(1), 1–5.
- Rembon, A., Mananeke, L., & Gunawan, E. (2017). The influence of Word of Mouth and Product Quality of Purchasing Decision on Pt. Kangzen Kenko Indonesia in Manado. *Pengaruh Word of Mouth... 4585 Jurnal EMBA*, 5(3), 4585–4594.
- Renwarin, J. M. J. (2021). *The Impact Of Job Design , Conflict And Workplace Stress On Elementary Theacher ' s Job Performance*. 2, 361–373.
<https://doi.org/https://doi.org/10.51601/ijersc.v2i2>
- Rusman, L. (2018). *Word of Mouth Communication: Penjualan Produk*. Media Sahabat Cendekia.
- Sernpovitz, A. (2012). *Word of Mouth Marketing: How Smart Companies Get People Talking*. Greenleaf Book Group Press.
- Soraya, E. (2020). *Pengaruh Promosi Online , Word of Mouth, serta Kualitas Layanan terhadap Keputusan Mengikuti Program Belajar di PKBM Homeschooling The Best Probolinggo*.
<https://jurnal.stie.asia.ac.id/index.php/jubis/article/view/312>
- Sugiyono. (2015). *Metode Penelitian Kombinasi (Mix Methods)*. Alfabeta.
- Sugiyono. (2019). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D*. Alfabeta.