

**PENGARUH *WORD OF MOUTH*, FASILITAS, DAN KUALITAS PELAYANAN
TERHADAP KEPUTUSAN ORANG TUA DALAM MEMILIH PENDIDIKAN *ISLAMIC
FULL DAY SCHOOL* DI PONDOK PESANTREN SAFINATUL HUDA SURABAYA**

**The Effect of Word of Mouth, Facilities, and Service Quality on Parents' Decisions
in choosing a full day school islamic education at Safinatul Huda Islamic Boarding
School Surabaya**

Jihan Shofia Hayati

Email: jihanshofiah@gmail.com

Dr. Noneng R.S., SH., MM.

Tri Wahjoedi, ST., MM.

Abstract

This study aims to determine the effect of word of mouth variables, facilities, and service quality on parents' decisions in choosing education at the Safinatul Huda Islamic Boarding School in Surabaya, both partially and simultaneously using a quantitative approach. The sample used in this study was 89 respondents. The test tool used was multiple linear regression analysis techniques with SPSS 26 software. The results of the study showed partially that Word of Mouth had a significant effect on the decisions of parents with the results of the t count calculation of 2.309 greater than t tables (1.98698) and sig t (0.0023) <5% (0.05). Partially, the facility variable significantly influences the decisions of parents. This is evidenced by the results of the calculation of t count 2.652 greater than t table (1.98698) and sig t (0.010) <5% (0.05). Service Quality variables partially also significantly influence the decisions of parents with the results of the calculation of t count 2.162 > t table (1.98698) and sig t (0.033) <0.05. The F test in this study shows that the calculated F (6.508) > F table (3.10) and sig F (0.001^b) <5% (0.05), indicate that the variables Word of Mouth, Facilities, and Service Quality simultaneously significant effect on the decision of parents in choosing education at Pondok Pesantren Safinatul Huda Surabaya. And in this study, it turns out that the most dominant facility variable influences parents' decisions

Keywords: Word of Mouth, Facilities, and Service Quality

Abstrak

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui pengaruh variabel *word of mouth*, fasilitas, dan kualitas pelayanan terhadap keputusan orang tua dalam memilih pendidikan di Pondok Pesantren Safinatul Huda Surabaya, baik secara parsial dan simultan dengan menggunakan pendekatan kuantitatif. Sampel yang digunakan dalam penelitian ini yaitu 89 responden. Alat uji yang digunakan adalah teknik analisis regresi linier berganda dengan software SPSS 26. Hasil penelitian menunjukkan secara parsial bahwa *Word of Mouth* berpengaruh signifikan terhadap keputusan orang tua dengan hasil perhitungan t hitung sebesar 2,309 lebih besar dari t tabel (1,98698) dan sig t (0,0023) < 5% (0,05). Secara parsial variabel Fasilitas berpengaruh signifikan terhadap keputusan orang tua. Hal tersebut terbukti dengan hasil perhitungan t hitung 2,652 lebih besar dari t tabel (1,98698) dan sig t (0,010) < 5% (0,05). Dan variabel Kualitas Pelayanan secara parsial juga berpengaruh signifikan terhadap keputusan orang tua dengan hasil perhitungan t hitung 2,162 > t tabel (1,98698) dan sig t (0,033) < 0,05. Uji F dalam penelitian ini terlihat bahwa F hitung (6,508) > F tabel (3,10) dan sig F (0,001^b) < 5% (0,05), menunjukkan bahwa variabel *Word of Mouth*, Fasilitas, dan Kualitas Pelayanan secara bersamaan berpengaruh signifikan terhadap keputusan orang tua dalam memilih pendidikan di

Pondok Pesantren Safinatul Huda Surabaya. Dan pada penelitian ini, ternyata variabel Fasilitas yang paling dominan mempengaruhi keputusan orang tua

Kata Kunci : *Word of Mouth*, Fasilitas, dan Kualitas Pelayanan

PENDAHULUAN

Pesantren merupakan suatu lembaga yang berbasis masyarakat dan didirikan oleh perseorangan, yayasan atau organisasi masyarakat islam, atau masyarakat yang menanamkan keimanan dan ketaqwaan kepada Allah SWT. Menyemaikan akhlak mulia, serta memegang teguh ajaran islam rahmatan lil'alam in yang tercermin dari sikap rendah hati, toleran, keseimbangan, moderat dan nilai luhur bangsa indonesia lainnya melalui pendidikan, dakwah islam, keteladanan dan pemberdayaan masyarakat dalam kerangka Negara Kesatuan Republik Indonesia. Dalam undang-undang nomor 18 tahun 2019 tentang pesantren merupakan kesepakatan bersama dengan melibatkan pihak yang mewakili komunitas pesantren, yang masing-masing telah memvalidasi rumusan norma hukum secara optimal sesuai dengan karakteristik dan kekhasan pesantren.

Pendidikan merupakan salah satu aset yang penting dalam kemajuan suatu negara, berkembangnya suatu negara pasti didasari oleh pendidikan yang bagus bagi warga negara nya, dalam hal ini dapat diketahui bahwa pendidikan memegang peranan penting dari kualitas warga negara itu sendiri. Dalam suatu manajemen pendidikan yang bagus diperlukan strategi manajemen pemasaran yang bagus pula, seperti didalam suatu perusahaan. Manajemen pemasaran juga berperan penting dalam berjalannya suatu pendidikan. Dimana dalam manajemen pemasaran ini, pendidikan akan mendapatkan banyak hal yang menguntungkan, seperti bertambahnya siswa, bertambahnya fasilitas dan kualitas pelayanan didalam pendidikan tersebut.

Dalam suatu strategi pemasaran banyak faktor yang mana implementasinya ditujukan untuk pemasaran pendidikan, yaitu seperti *Word of Mouth* yang berarti suatu bentuk promosi yang alami dan memiliki biaya paling murah, bisa juga dikatakan sebagai informasi secara gratis melalui perantara orang ke orang dengan lisan, tulisan ataupun alat komunikasi yang dikenal sebagai *Word of Mouth*, dalam Hasan (2010:230). Selain itu menurut Tjiptono (2014:19) Fasilitas juga merupakan sumber daya fisik yang harus ada sebelum suatu jasa ditawarkan kepada konsumen. Dalam Fandi Tjibtono (2010:24) Kualitas pelayanan adalah suatu keadaan dinamis yang berkaitan erat dengan produk, jasa, sumber daya manusia serta proses dan lingkungan yang setidaknya dapat memenuhi atau malah dapat melebihi kualitas pelayanan yang diharapkan. Yang mana faktor-faktor tersebut nantinya akan mempengaruhi keputusan konsumen dalam memilih pendidikan yang bagus bagi anaknya untuk menempuh pendidikan di Pondok Pesantren tersebut.

Secara ideal bagusnya suatu pendidikan ditunjang oleh faktor-faktor, seperti *Word of Mouth*, Fasilitas, dan Kualitas pelayanan yang berjalan seiring dan sempurna. Sehingga akan berkontribusi terhadap Pondok Pesantren Safinatul Huda Surabaya terhadap keputusan orang tua untuk memilih pendidikan bagi anaknya. Namun kenyataannya banyak masyarakat yang belum tahu tentang Pondok Pesantren Safinatul Huda Surabaya ini, bahkan diantara mereka yang tahu, sebagian besar tidak tahu detail, dari informasi yang diperoleh ternyata *Word of Mouth* yang menyebar dimasyarakat kurang berkembang, sehingga menyebabkan putusnya sebuah informasi yang diterima oleh masyarakat tentang Fasilitas dan Kualitas Pelayanan yang ada di Pondok Pesantren Safinatul Huda Surabaya ini.

Berdasarkan uraian diatas, dapat disimpulkan bahwa perlunya diadakan penelitian manajemen pemasaran tentang "PENGARUH *WORD OF MOUTH*, FASILITAS, DAN

Pengaruh *Word of Mouth*, Fasilitas, dan Kualitas Pelayanan Terhadap Keputusan Orang Tua Dalam Memilih Pendidikan Islamic Full Day School di Pondok Pesantren Safinatul Huda Surabaya

KUALITAS PELAYANAN TERHADAP KEPUTUSAN ORANG TUA DALAM MEMILIH PENDIDIKAN ISLAMIC FULL DAY SCHOOL DI PONDOK PESANTREN SAFINATUL HUDA SURABAYA”

TINJAUAN PUSTAKA

Word of Mouth

Suatu bentuk promosi yang alami dan memiliki biaya paling murah, bisa juga dikatakan informasi secara gratis melalui perantara orang ke orang dengan lisan, tulisan ataupun alat komunikasi yang dikenal sebagai *Word of Mouth* dalam Hasan (2010:230), *Word Of Mouth* sebagai strategi promosi yang menarik, karena mampu menggabungkan prospek dan pelanggan untuk mengatasi keraguan.

Fasilitas

fasilitas merupakan sumber daya fisik yang harus ada sebelum suatu jasa ditawarkan kepada konsumen, sedangkan menurut Nirwana (2004:47) fasilitas merupakan bagian dari variabel pemasaran jasa yang memiliki peranan cukup penting, karena jasa yang disampaikan kepada pelanggan tidak jarang sangat memerlukan fasilitas pendukung dalam penyampaianannya.

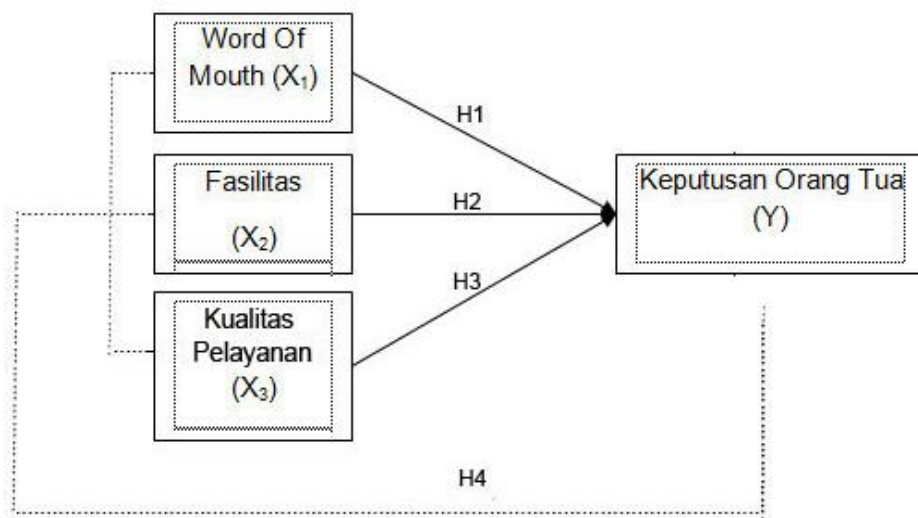
Kualitas Pelayanan

Menurut Fandi Tjibtono (2010:24), kualitas pelayanan adalah suatu keadaan dinamis yang berkaitan erat dengan produk, jasa, sumber daya manusia serta proses dan lingkungan yang setidaknya dapat memenuhi atau malah dapat melebihi batas kualitas pelayanan yang diharapkan.

Keputusan

Menurut Kotler dalam jurnal Rozi,dkk (2018:volume 4). Keputusan pembelian konsumen adalah keputusan pembelian konsumen akhir dalam membeli barang atau jasa untuk konsumsi pribadi. Keputusan pembelian merupakan proses yang tidak bisa dilepaskan dari sifat-sifat keterlibatan konsumen dengan produk.

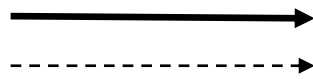
KERANGKA KONSEPTUAL



Kerangka Konseptual

Sumber : data diolah.

Keterangan:



- : Pengaruh variabel bebas terhadap variabel terikat secara Parsial.
: Pengaruh variabel bebas terhadap variabel terikat secara Simultan.

Metode Penelitian

Jenis Penelitian

Jenis data yang dipergunakan dalam penelitian ini adalah data kuantitatif. Menurut Sugiyono (2018:8), metode penelitian kuantitatif diartikan sebagai metode yang berlandaskan pada filsafat positivisme, yang digunakan untuk meneliti populasi atau sampel tertentu, pengumpulan data menggunakan instrumen penelitian, analisis data bersifat kuantitatif/statistik dengan tujuan untuk menguji hipotesis yang telah ditetapkan. Penelitian ini menggunakan teknik analisis regresi linier berganda.

Populasi dan Sample

Populasi yang diambil adalah seluruh orang tua yang memilih pendidikan untuk anaknya di Pondok Pesantren Safinatul Huda Surabaya dan berada/tinggal disana, yang berjumlah 89 orang. Penelitian ini menggunakan teknik sampling jenuh karena jumlah populasi yang relatif kecil. Menurut Sugiyono (2018:85) sampling jenuh adalah teknik penentuan sampel apabila semua anggota populasi digunakan sebagai sampel. Istilah lain sampel jenuh adalah sensus, dimana semua anggota populasi dijadikan sampel.

HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

Uji Validitas

1. *Worth Of Mouth* (X1)

Indikator	r hitung	r tabel	Keterangan
X1.1	0,755	0,2084	Valid
X1.2	0,787	0,2084	Valid
X1.3	0,751	0,2084	Valid
X1.4	0,826	0,2084	Valid

2. Fasilitas (X2)

Indikator	r hitung	r tabel	Keterangan
X2.1	0,624	0,2084	Valid

X2.2	0,695	0,2084	Valid
X2.3	0,768	0,2084	Valid
X2.4	0,695	0,2084	Valid
X2.5	0,672	0,2084	Valid
X2.6	0,586	0,2084	Valid

3. Kualitas Pelayanan (X3)

Indikator	r hitung	r tabel	Keterangan
X3.1	0,576	0,2084	Valid
X3.2	0,768	0,2084	Valid
X3.3	0,670	0,2084	Valid
X3.4	0,680	0,2084	Valid
X3.5	0,689	0,2084	Valid

4. Keputusan Orang Tua (Y)

Indikator	r hitung	r tabel	Keterangan
Y.1	0,696	0,2084	Valid
Y.2	0,754	0,2084	Valid
Y.3	0,693	0,2084	Valid
Y.4	0,793	0,2084	Valid

Uji Reliabilitas

Variabel	<i>Cronbach Alpha</i>	Nilai <i>Cronbach Alpha</i>	Keterangan
X1	0,785	>0,60	Reliabel

X2	0,757	>0,60	Reliabel
X3	0,703	>0,60	Reliabel
Y	0,716	>0,60	Reliabel

Sumber: Output SPSS 26

Uji Asumsi Klasik

Uji Normalitas

One-Sample Kolmogorov-Smirnov Test		
		Unstandardized Residual
N		89
Normal Parameters ^{a,b}	Mean	,0000000
	Std. Deviation	1,51661040
Most Extreme Differences	Absolute	,053
	Positive	,047
	Negative	-,053
Test Statistic		,053
Asymp. Sig. (2-tailed)		,200 ^{c,d}
a. Test distribution is Normal.		
b. Calculated from data.		
c. Lilliefors Significance Correction.		
d. This is a lower bound of the true significance.		

Sumber: Output SPSS 26

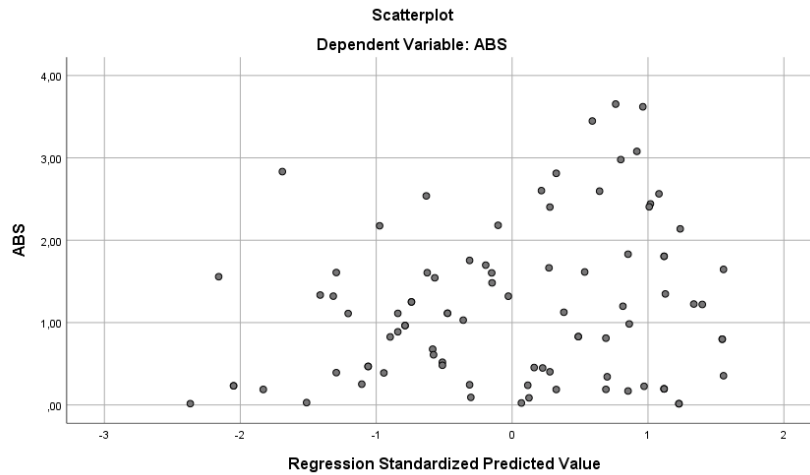
Uji Multikolinieritas

Coefficients ^a								
Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.	Collinearity Statistics	
		B	Std. Error	Beta			Tolerance	VIF
1	(Constant)	2,802	3,342		,838	,404		
	Word of Mouth	,209	,090	,232	2,309	,023	,950	1,053
	Fasilitas	,216	,082	,267	2,652	,010	,947	1,056
	Kualitas Pelayanan	,210	,097	,212	2,162	,033	,995	1,005

a. Dependent Variable: Keputusan Orang Tua

Sumber: Output SPSS 26

Uji Heterokedastisitas



Gambar 4.4. Scatterplot Uji Heterokedastisitas

Uji Regresi Linier Berganda

Coefficients ^a						
Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	2,802	3,342		,838	,404
	Word of Mouth	,209	,090	,232	2,309	,023
	Fasilitas	,216	,082	,267	2,652	,010
	Kualitas Pelayanan	,210	,097	,212	2,162	,033

a. Dependent Variable: Keputusan Orang Tua

Sumber: Output SPSS 26

Uji Koefisien Determinasi

Model Summary ^b				
Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	,432 ^a	,187	,158	1,543

a. Predictors: (Constant), Kualitas Pelayanan, Word of Mouth, Fasilitas
 b. Dependent Variable: Keputusan Orang Tua

Uji Statistik Simultan (F)

ANOVA ^a					
Model	Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.

Pengaruh *Word of Mouth*, Fasilitas, dan Kualitas Pelayanan Terhadap Keputusan Orang Tua Dalam Memilih Pendidikan Islamic Full Day School di Pondok Pesantren Safinatul Huda Surabaya

1	Regression	46,489	3	15,496	6,508	,001 ^b
	Residual	202,409	85	2,381		
	Total	248,899	88			
a. Dependent Variable: Keputusan Orang Tua						
b. Predictors: (Constant), Kualitas Pelayanan, Word of Mouth, Fasilitas						

Sumber: Output SPSS 26

Uji Statistik Parsial (t)

Coefficients ^a						
Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	T	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	2,802	3,342		,838	,404
	Word of Mouth	,209	,090	,232	2,309	,023
	Fasilitas	,216	,082	,267	2,652	,010
	Kualitas Pelayanan	,210	,097	,212	2,162	,033
a. Dependent Variable: Keputusan Orang Tua						

4.3 Pembahasan

1. Pengaruh Word of Mouth terhadap Keputusan orang tua

Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa variabel *word of mouth* berpengaruh signifikan secara parsial terhadap keputusan orang tua dalam memilih pendidikan di Pondok Pesantren Safinatul Huda Surabaya, berdasarkan hasil pengujian hipotesis diatas tentang pengaruh variabel word of mouth terhadap keputusan orang tua bahwa variabel word of mouth berpengaruh secara signifikan terhadap keputusan orang tua sebesar 2,309. Nilai ini lebih besar dari t tabel (1,98698) dan Sig t (0,023) lebih kecil dari 5% (0,05). Hal ini menunjukkan bahwa Ho di tolak dan H1 diterima. Oleh karena itu untuk meningkatkan word of mouth pihak pondok pesantren harus meningkatkan kualitasnya/ menambah inovasi dan kreativitasnya dalam menyebarkan suatu berita/ iklan promosi.

2. Pengaruh Fasilitas terhadap Keputusan orang tua

Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa variabel Fasilitas berpengaruh signifikan secara parsial terhadap keputusan orang tua dalam memilih pendidikan di Pondok Pesantren Safinatul Huda Surabaya, berdasarkan hasil pengujian hipotesis diatas tentang pengaruh variabel Fasilitas terhadap keputusan orang tua bahwa variabel Fasilitas berpengaruh secara signifikan terhadap keputusan orang tua sebesar 2,652. Nilai ini lebih besar dari t tabel (1,98698) dan Sig t (0,010) lebih kecil dari 5% (0,05). Sehingga pengujian hipotesis penelitian ini bahwa Ho di tolak dan H1 diterima. Hal ini menjelaskan secara parsial bahwa variabel Fasilitas berpengaruh signifikan terhadap Keputusan orang tua. Pondok Pesantren Safinatul Huda memberikan fasilitas yang baik sesuai standart pendidikan yang ditetapkan oleh pemerintah.

3. Pengaruh Kualitas Pelayanan Keputusan orang tua

Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa variabel Kualitas Pelayanan berpengaruh signifikan secara parsial terhadap Keputusan orang tua dalam memilih pendidikan di Pondok Pesantren Safinatul Huda Surabaya, berdasarkan hasil pengujian hipotesis diatas tentang pengaruh variabel Kualitas Pelayanan terhadap keputusan orang tua bahwa variabel Kualitas Pelayanan berpengaruh secara signifikan terhadap keputusan orang tua sebesar 2,162. Nilai ini lebih besar dari t tabel (1,98698) dan Sig t (0,033) lebih kecil dari 5% (0,05). Dengan demikian pengujian hipotesis dalam penelitian ini bahwa Ho ditolak dan H1 diterima.

PENUTUP

Kesimpulan

Dengan melihat hasil penelitian yang telah dibahas, maka dapat ditarik kesimpulan sebagai berikut :

1. Terdapat pengaruh signifikan Word of Mouth secara parsial terhadap keputusan orang tua dalam memilih pendidikan di Pondok Pesantren Safinatul Huda Surabaya.
2. Terdapat pengaruh signifikan Fasilitas secara parsial terhadap keputusan orang tua dalam memilih pendidikan di Pondok Pesantren Safinatul Huda Surabaya.
3. Terdapat pengaruh signifikan Kualitas Pelayanan secara parsial terhadap keputusan orang tua dalam memilih pendidikan di Pondok Pesantren Safinatul Huda Surabaya.
4. Terdapat pengaruh Word of Mouth, Fasilitas, dan Kualitas Pelayanan secara simultan terhadap keputusan orang tua dalam memilih pendidikan di Pondok Pesantren Safinatul Huda Surabaya.

Saran

Berdasarkan hasil penelitian, pembahasan dan kesimpulan diatas, maka saran yang bisa diberikan oleh penulis adalah :

1. Melihat dari hasil penelitian ini, bahwa variabel Word of Mouth memiliki hasil yang tinggi terhadap keputusan orang tua dalam memilih pendidikan di Pondok Pesantren Safinatul Huda Surabaya. Ada baiknya cara promosi word of mouth ini diperthankan dan pondok pesantren mengeluarkan inovasi baru dalam dipromosikan. Beberapa cara yang bisa dilakukan oleh pondok pesantren adalah dengan membuat dan menyebar brosur, ataupun melakukan promosi di internet, hal ini memungkinkan untuk kemajuan pondok pesantren, karena semakin berkembangnya zaman semakin canggih pula kehidupan, segala sesuatu bisa di akses lewat internet, termasuk mendaftarkan anaknya untuk bersekolah di Pondok Pesantren Safinatul Huda Surabaya. Cara lain yang bisa dilakukan oleh pihak pondok pesantren adalah melakukan pemaparan/penjelasan terhadap orang tua tentang program-program apa saja yang ada dipondok pesantren.
2. Dilihat dari hasil penelitian ini, fasilitas menunjukkan hasil yang tinggi terhadap keputusan orang tua dalam memilih pendidikan di Pondok Pesantren Safinatul Huda Surabaya, disini setelah dilakukan survey lokasi, peneliti mengusulkan untuk mengupgrade fasilitas/media belajar anak, seperti komputer yang ada di lab pondok pesantren. Hal ini juga dapat di dukung dengan memberikan penjelasan terhadap orang tua tentang program-program baru yang akan dilaksanakan di pondok pesantren, sehingga tidak terputusnya informasi dari pihak pondok ke orang tua santri.
3. Kualitas Pelayanan yang diberikan oleh Pondok Safintul Huda Surabaya cukup baik, tetapi beberapa responden menjawab kurangnya kualitas pelayanan di Pondok Pesantren Safinatul Huda Surabaya, dengan ini diharapkan pemimpin/pengasuh memberikan arahan/training tentang bagaimana cara

melayani konsumen dengan baik, seperti halnya cara mengajar/ menyampaikan materi untuk anak didiknya. Hal ini bisa menjadi sebuah motivasi untuk memberikan kualitas yang baik untuk para konsumen/anak didik/wali murid di Pondok Pesantren Safintul Huda Surabaya.

DAFTAR PUSTAKA

- Addriel Jordan Anggono, Sunarti (2018) *Pengaruh Harga dan Word of Mouth terhadap keputusan berkunjung (Survey Pada Pengunjung wisata Paralayang, Kota Batu)*, *Jurnal Administrasi Bisnis* Halaman 190-197
- Akhmad Husen, Seno Sumowo Akhmad Fakhur Rozi, (2018) *Pengaruh Lokasi Citra Merk dan Word of Mouth terhadap keputusan Pembelian konsumen Mie Ayam Solo Bnagsal Jember. Jurnal Manajemen dan Bisnis Indonesia Volume 4 Nomor 2* Halaman 127-143
- All Hasan, (2016) *Marketing dari Mulut ke Mulut*. Yogyakarta: Media Pessindo
- Alma, Buchari, (2018) *Manajemen Pemasaran dan Pemasaran Jasa, Bandung ; Alfabeta*
- Amstrong, Kotler, (2015) . " *Marketing an Intrducing Printice Hall twelfth edition*", England *Pearson Education, Inc*
- Ari Setianingrum, Jusuf Udaya dan Effendi, (2015) *Prinsip-prinsip Pemasaran Yogyakarta: Andi Offset*
- Arief, (2018) *Pemasaran Jasa, Fasilitas, dan Kualitas Pelayanan* . Malang: Bayumedia Publishing
- Basu Swastha Dharmamesta, Hani Handoko (2018) *Manajemen Pemasaran Analisis Perilaku Konsumen*. Yogyakarta BPFE
- Bian Hesmu Nurcahyo, Imroatul Khasanah, (2016) *Analisis pengaruh Persepsi Hrga , Kualitas Pelayanan, Lokasi dan Word of Mouth Terhadap Keputusan Pembelian (Study pada Taman Joglo Cafe Semarang) Diponegoro Jurna of Mangement* Volume 5 Nomor 3 Halaman 1-16
- Budi Prassetyo, Topik Hidayat, (2019) *Pengaruh Promosi dan Word of Mouth terhadap Keputusan Pembelian Produk XYZ Donut. Jurnal Ekonomi dan Akuntansi* halaman 937-952
- Devi Liana Larsati, Ayu Berga AM, Devilia Sari, (2016) *Pengaruh Kualitas Pelayanan, Fasilitas dan Harga Terhadap proses Keputusan Pembelian (Studi Pustaka TKIT AISYAH Medan) Hal 1801-1812*
- Kotler, Philip and Kevin Lane Keller, (2016) *Marketing Manajemen 15th edition* *Pearson Education, Inc*
- Muhammad Rafi dan Agung Budiarmo (2018) *Pengaruh Kualitas Produk , Kualitas Pelayanan dan Hrga terhadap Keputusan Pembelian Pada Konsumen aKafe Mon MilkSemarang, Diponegoro Jurnal of Social and Politic Hal 1-7*
- Priansa, Donni Juni, (2017) *Perilaku Konsumen Dalam Persaingan Bisnis Kontemporer, Bnadung: Alfabeta*
- Pengaruh *Word of Mouth*, Fasilitas, dan Kualitas Pelayanan Terhadap Keputusan Orang Tua Dalam Memilih Pendidikan Islamic Full Day School di Pondok Pesantren Safinatul Huda Surabaya

Rafida Khariyani, Celsi A, Siregar, Ribka H, Huta Balian, Ika I. Karolina , (2019) *Pengaruh Hrga dan Kualitas Pelayanan terhadap kepuasan Konsumen pada PT. Matahari Putra Prima (HYPERMART). Jurnal Manajemen Volume 5 nomor 2 Halaman 129-136*

Rudy Effendi, Marjam Dhasma Rahadhini, Alwi Suddin, (2016) *Analisis Pengaruh Word Of Mouth, Lokas dan Kualitas Pelayanan Terhadap Keputusan Pembelian (Survey Pada Konsumen Warung Soto SegerMbok Giyem di Boyolali) Jurnal Ekonomi dan Kewirausahaan Volume 16 nomor 3 Halamam 418-425*

Undang - undang nomor 18 tahun 2019 tentang pesantren, pertimbangan UU 18 tahun 2019 Kemenag

Willian J.Stanton, (2015) *Prinsip Pemasaran Jilid 1, Alih Bahasa Yohanes Lmarto: Jakarta Penerbit Erlangga*