

Pengaruh *Word of mouth*, Biaya Pendidikan Dan Fasilitas Madrasah Diniyah Terhadap Keputusan Wali Santri Memilih Madrasah Diniyah (Studi Kasus Pada Wali Santri Madrasah Diniyah Masjid Agung An-Nuur Kota Batu)

Sania Putri Nur Halizah^{*)}

Nurhajati^{)}**

Muh. Sirojuddin Amin^{*)}**

Email : saniadejoy@gmail.com

Universitas Islam Malang

Abstract

The selection of a diniyah madrasah (Islamic educational institution) for children involves multidimensional considerations from guardians, including social, economic, and infrastructural factors. This study aims to analyze the influence of Word of mouth (WOM), Education Costs, and Facilities on the decision-making of guardians at Madrasah Diniyah Masjid Agung An-Nuur in Batu City. A quantitative method was employed, with primary data collected through questionnaires distributed to 63 guardians as the research sample. Data were analyzed using multiple regression in IBM SPSS. The results indicate: (1) WOM has a significant partial influence on the selection decision; (2) Education Costs Facilities show no significant individual effects; (3) Collectively, the three variables account for 64.7% of the decision variability. These findings suggest that social recommendations (WOM) dominate the decision-making process, while financial and physical infrastructure considerations are less critical in this religious community context. The study underscores the importance of community-based communication strategies to enhance the competitiveness of diniyah madrasahs.

Keywords: : *Word of mouth, Education Costs, Facilities, Decision-Making, Diniyah Madrasah.*

Pendahuluan

Pendidikan agama Islam memiliki peran kritis dalam membentuk karakter dan spiritualitas generasi muda, terutama di Indonesia yang mayoritas penduduknya beragama Islam. Madrasah Diniyah, sebagai lembaga non-formal yang fokus pada pengajaran nilai-nilai keislaman, menjadi salah satu pilihan utama orang tua untuk melengkapi pendidikan anak di luar sekolah umum. Namun, dalam beberapa tahun terakhir, kompetisi antar-Madrasah Diniyah semakin meningkat seiring dengan munculnya lembaga sejenis dan perubahan preferensi masyarakat. Hal ini menuntut pengelola Madrasah Diniyah untuk memahami faktor-faktor yang memengaruhi keputusan wali santri dalam memilih lembaga pendidikan tersebut. Penelitian ini berangkat dari urgensi untuk mengidentifikasi determinan kunci yang dapat menjadi acuan dalam meningkatkan daya tarik dan kualitas layanan Madrasah Diniyah, khususnya di Kota Batu yang memiliki karakter masyarakat religius dengan kebutuhan pendidikan agama yang tinggi.

Madrasah Diniyah sebagai lembaga pendidikan nonformal keagamaan memegang peran krusial dalam membentuk karakter dan nilai-nilai Islami generasi muda. Di Kota Batu, keberadaan Madrasah Diniyah Masjid Agung An-Nuur menjadi salah satu pilihan utama wali santri yang mengutamakan integrasi antara ilmu agama dan kehidupan sehari-hari. Namun, dalam praktiknya, pemilihan madrasah ini tidak lepas dari dinamika pertimbangan subjektif wali santri, seperti rekomendasi komunitas (*word of mouth*), kemampuan finansial, dan ketersediaan fasilitas. Fenomena

ini mengindikasikan perlunya kajian komprehensif untuk memahami faktor dominan yang mendasari keputusan wali santri, terutama di tengah persaingan dengan lembaga pendidikan sejenis.

Salah satu faktor yang sering dianggap berpengaruh dalam konteks pemilihan lembaga pendidikan adalah *word of mouth* (rekomendasi dari mulut ke mulut). Dalam masyarakat yang terkoneksi secara kuat seperti di Kota Batu, informasi dari keluarga, tetangga, atau tokoh agama sering kali menjadi sumber kepercayaan utama. Selain itu, biaya pendidikan dan fasilitas juga kerap dijadikan pertimbangan praktis oleh orang tua, meskipun dalam konteks Madrasah Diniyah yang umumnya berbiaya rendah aspek ini belum banyak diteliti secara mendalam. Studi terdahulu tentang pemilihan sekolah formal menunjukkan bahwa biaya dan fasilitas memiliki pengaruh signifikan, namun belum ada jaminan hasil serupa berlaku di lingkungan non-formal seperti Madrasah Diniyah, di mana nilai spiritual dan rekomendasi sosial mungkin lebih dominan.

Salah satu metode untuk mempengaruhi konsumen agar mempertimbangkan Madrasah Diniyah Masjid Agung An-Nuur Kota Batu sebagai pilihan potensial adalah melalui rekomendasi dari *word of mouth*. Dalam konteks pemasaran dari mulut ke mulut, istilah ini mengacu pada kegiatan yang menghasilkan penyebaran informasi dan promosi produk atau jasa perusahaan. Konsumen terlibat dalam kegiatan dari mulut ke mulut dengan tujuan berbagi ide, pendapat, dan informasi dengan orang lain tentang produk dan layanan yang mereka beli atau gunakan. Kegiatan tersebut memungkinkan konsumen untuk memastikan kualitas suatu bisnis, sehingga menginformasikan proses pengambilan keputusan mereka.

Promosi dari mulut ke mulut dianggap sebagai faktor penting yang memengaruhi pilihan konsumen karena kemampuannya untuk menyebarkan informasi dengan cepat. Selain itu, promosi dari mulut ke mulut dianggap sebagai strategi yang lebih efektif untuk menarik minat konsumen, karena didasarkan pada pengalaman individu dengan suatu produk atau layanan (Maulana et al., 2020).

Word of mouth lebih dipercaya karena berasal dari orang yang dikenal secara langsung, memberikan informasi personal yang lebih kuat dan emosional. Metode ini tidak memerlukan teknologi, sehingga efektif untuk audiens yang kurang terpapar teknologi. *Word of mouth* memiliki resiko yang lebih rendah terhadap ulasan negatif yang tersebar luas, karena umpan balik negative biasanya hanya terbatas pada lingkaran sosial yang lebih kecil (Aryatilandi et.al, 2020). Dalam konteks ini, sumber terpercaya dari mulut ke mulut dengan informasi produk yang kredibel dan relevan adalah teman dan keluarga. Pada dasarnya aktivitas *word of mouth* terjadi saat wali santri maupun santri melakukan pembicaraan seputar kegiatan santri di luar sekolah formalnya yaitu tentang madrasah diniyah kemudian hasil dari pembicaraan itu akan membuat Sebagian besar dari mereka yang tidak masuk dalam madrasah diniyah mengakses info seputar madrasah diniyah yang dibicarakan tadi. Oleh sebab itu Madrasah Diniyah Masjid Agung An-Nuur Kota Batu yang merupakan salah satu madrasah diniyah yang berada di kota Batu perlu kiranya dalam proses melakukan pemasaran usaha jasa harus mempromosikan bahwa madrasah tersebut memiliki fasilitas yang cukup bagus dan lengkap guna menarik minat konsumen untuk memilih Madrasah Diniyah Masjid Agung An-Nuur Kota Batu sebagai pilihan. Selain menjelaskan biaya pendidikan yang lebih ekonomis dibandingkan dengan kompetitor.

Penentuan biaya produk jasa yang dilakukan oleh sebuah madrasah sangat berpengaruh dalam keputusan wali santri untuk menentukan pilihan pada produk jasa tersebut. Menurut Rivandi (2021), biaya pendidikan mempunyai pengaruh yang kuat terhadap keputusan, hal ini disebabkan karena biaya pendidikan nantinya akan dikeluarkan secara terus-menerus selama proses pendidikan itu berlangsung. Biasanya wali santri dalam madrasah akan membandingkan biaya pendidikan.

Namun, bagi beberapa orang, besarnya biaya pendidikan mungkin tidak menjadi faktor penentu dalam pengambilan keputusan. Hal ini dikarenakan mereka lebih memprioritaskan nilai dan manfaat yang akan didapatkan dari pendidikan tersebut. Seperti yang telah diteliti oleh Supriyani, & Susilo, M. (2016), bagi siswa yang berada di MAN Tuban variabel biaya pendidikan tidak berpengaruh terhadap keputusan siswa madrasah untuk memilih MAN Tuban. Sebagaimana didefinisikan oleh Wijaya

(2010: 84), istilah “biaya pendidikan” mencakup semua jenis biaya yang dikeluarkan untuk tujuan menyelenggarakan dan memfasilitasi kegiatan pendidikan. Sesuai dengan prinsip ekonomi, manusia terdorong untuk mengejar manfaat sebesar-besarnya dengan biaya serendah mungkin. Biaya yang dibebankan kepada pengguna jasa harus sepadan dengan fasilitas yang diberikan, sehingga konsumen dalam hal ini wali murid-merasa puas dan tidak merasa dirugikan ketika telah memilih madrasah tersebut. Suhardan (2012:22) mendefinisikan biaya pendidikan sebagai total biaya yang dikeluarkan oleh berbagai pemangku kepentingan di sektor pendidikan, termasuk individu siswa, keluarga yang menyekolahkan anaknya, anggota masyarakat secara perorangan, kelompok masyarakat, dan pemerintah.

Penelitian ini mengambil studi kasus di Madrasah Diniyah Masjid Agung An-Nuur Kota Batu, sebuah lembaga yang memiliki basis santri cukup besar namun menghadapi tantangan dalam mempertahankan minat wali santri di tengah persaingan dengan lembaga sejenis. Fenomena tingginya animo masyarakat terhadap pendidikan agama tidak selalu berbanding lurus dengan loyalitas mereka dalam memilih Madrasah Diniyah. Oleh karena itu, penting untuk menganalisis secara komprehensif apakah faktor *word of mouth*, biaya pendidikan, dan fasilitas benar-benar menjadi penentu keputusan wali santri. Hasil penelitian ini diharapkan tidak hanya memberikan kontribusi akademis terkait dinamika pemilihan lembaga pendidikan non-formal, tetapi juga menjadi rekomendasi strategis bagi pengelola Madrasah Diniyah dalam merancang kebijakan yang responsif terhadap kebutuhan masyarakat. Penelitian mengenai keputusan memilih bagi konsumen telah banyak dilakukan oleh beberapa peneliti, dengan hasil yang menunjukkan bahwa beberapa variabel dapat mempengaruhi keputusan memilih. Namun, beberapa hasil penelitian juga terdapat hasil yang bervariasi dan tidak konsisten. Kesenjangan ini menunjukkan perlunya penelitian lebih lanjut untuk memahami kondisi spesifik dalam variabel keputusan memilih.

Landasan Teori Dan Pengembangan Hipotesis

Landasan Teori

Teori Perilaku Konsumen (*Consumer Behavior Theory*) merupakan landasan utama dalam memahami keputusan konsumen dalam memilih suatu barang atau jasa. Menurut John C. Mowen dan Michael Minor (2002), menganalisis perilaku konsumen sebagai penelitian tunggal dan proses pengambilan keputusan individu yang terlibat dalam memperoleh, menggunakan, membeli, dan mengevaluasi barang. Teori tersebut relevan dengan konteks pemilihan lembaga pendidikan oleh wali santri, di mana pembuatan keputusan tersebut dipengaruhi oleh berbagai faktor eksternal dan internal.

Beberapa aspek yang dibahas dalam teori ini seperti pengaruh *word of mouth*, yang berperan penting dalam proses pengambilan keputusan wali santri ketika memilih madrasah, WOM merupakan fenomena pemasaran penting yang mempengaruhi sikap dan perilaku konsumen, termasuk niat menggunakan jasa. Kemudian, biaya pendidikan sebagai faktor ekonomi yang juga mempengaruhi keputusan wali santri, karena besar kecilnya biaya yang dikeluarkan akan bisa mempengaruhi pada keputusan memilih madrasah. Selain itu, timbal balik yang didapatkan juga akan menjadi faktor pertimbangan apakah sesuai dengan biaya yang sudah dikeluarkan, fasilitas menjadi tolak ukur apakah layanan yang diberikan sudah sesuai harapan, karena layanan yang berkualitas tinggi juga akan meningkatkan persepsi konsumen dan mempengaruhi keputusan akhir wali santri untuk memilih madrasah diniyah.

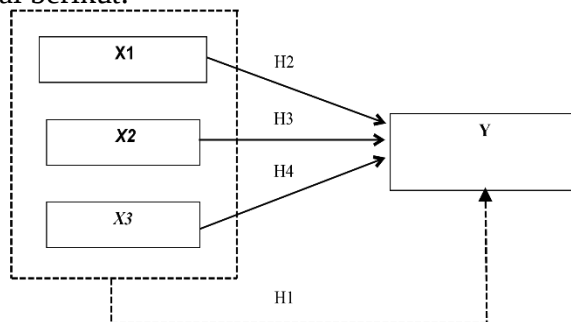
Dalam penelitian ini, Teori Perilaku Konsumen akan digunakan untuk menganalisis bagaimana *word of mouth*, biaya pendidikan, dan fasilitas madrasah diniyah mempengaruhi keputusan wali santri dalam memilih Madrasah Diniyah Masjid Agung An-Nuur Kota Batu. Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui dampak dari variabel independen: *Word of mouth*, Biaya Pendidikan, dan Fasilitas, terhadap variabel dependen, yaitu proses pengambilan keputusan.

Hipotesis Penelitian

Tujuan dari penelitian ini adalah untuk mengajukan hipotesis yang akan memberikan arahan dan panduan untuk penelitian selanjutnya. Jika hipotesis terbukti tidak berdasar, maka hal ini menunjukkan bahwa hipotesis tersebut salah. Namun, jika demikian, masalahnya dapat diselesaikan dengan menetapkan kebenaran berdasarkan keputusan yang telah berhasil dilaksanakan sejauh ini.

- H1: *Word of mouth*, Biaya Pendidikan, Fasilitas secara simultan berpengaruh terhadap Keputusan Wali Santri Memilih Madrasah Diniyah pada Madrasah Diniyah Masjid Agung An-Nuur Kota Batu
- H2: *Word of mouth* berpengaruh terhadap Keputusan Wali Santri Memilih Madrasah Diniyah pada Madrasah Diniyah Masjid Agung An-Nuur Kota Batu
- H3: Biaya Pendidikan berpengaruh terhadap Keputusan Wali Santri Memilih Madrasah Diniyah pada Madrasah Diniyah Masjid Agung An-Nuur Kota Batu
- H4: Fasilitas berpengaruh terhadap Keputusan Wali Santri Memilih Madrasah Diniyah pada Madrasah Diniyah Masjid Agung An-Nuur Kota Batu

Oleh karena itu, untuk membantu peneliti dalam menjelaskan masalah yang dibahas, sangat penting untuk menggambarkan kerangka konseptual penelitian. Berikut merupakan kerangka konseptual penelitian sebagai berikut:



Gambar 1. Kerangka Konseptual

Metode Penelitian

Penelitian ini menggunakan metode kuantitatif eksplanatori dengan pendekatan kausalitas untuk menganalisis pengaruh *Word of mouth* (X_1), Biaya Pendidikan (X_2), dan Fasilitas (X_3) terhadap Keputusan Wali Santri (Y) di Madrasah Diniyah Masjid Agung An-Nuur Kota Batu. Populasi penelitian mencakup 170 wali santri aktif tahun ajaran 2023/2024, dengan sampel sebanyak 63 responden yang ditentukan melalui rumus Slovin (margin of error 10%). Teknik Simple Random Sampling diaplikasikan menggunakan random number generator untuk memastikan objektivitas, dengan kriteria inklusi: (1) wali santri aktif dalam pembayaran iuran, dan (2) terlibat langsung dalam proses pemilihan madrasah. Pengumpulan data dilakukan via kuesioner offline berisi 49 pertanyaan tertutup (skala Likert 1-5) yang telah divalidasi secara konvergen (loading factor >0,5) dan diuji reliabilitasnya (Cronbach's Alpha >0,7), merujuk standar Hair et al. (2019) dan Nunnally (1978).

Analisis data menggunakan IBM SPSS 25 dimulai dengan uji asumsi klasik: normalitas (Kolmogorov-Smirnov, sig. >0,05), multikolinearitas (VIF <5; tolerance >0,2), dan heteroskedastisitas (Glejser, sig. >0,05). Model regresi linear berganda diaplikasikan dengan persamaan $Y = 2,814 + 0,401X_1 + 0,128X_2 + 0,092X_3 + e$, di mana pengujian hipotesis meliputi uji F (simultan) dan uji t (parsial). Koefisien determinasi (Adj. R^2) diinterpretasi berdasarkan kriteria Cohen (1988), dengan kategori 0,01 (efek kecil), 0,09 (sedang), dan 0,25 (besar). Kontrol kualitas data mencakup identifikasi outlier via Mahalanobis Distance ($p < 0,001$) dan penanganan missing data secara listwise deletion.

Untuk memastikan validitas ekologis, seluruh protokol penelitian—termasuk kuesioner, kode analisis SPSS, dan raw data—didokumentasikan secara transparan guna memfasilitasi replikasi. Keterbatasan ukuran sampel ($n=63$) diantisipasi melalui post-hoc power analysis dengan G*Power, yang menunjukkan power >0,8 (efek ukuran medium, $\alpha=0,05$), sehingga hasil penelitian dapat

dianggap memadai secara statistik. Dengan demikian, metodologi ini tidak hanya memenuhi standar akademis, tetapi juga menjawab kebutuhan kontekstual dalam menganalisis preferensi wali santri di lingkungan pendidikan nonformal keagamaan.

Hasil Penelitian Dan Pembahasan

Uji Instrumen

Uji Validitas

Seluruh item kuesioner pada penelitian ini dinyatakan valid setelah dilakukan uji validitas dengan membandingkan nilai *r-hitung* terhadap *r-tabel* (0,2480). Pada variabel *Word of mouth* (X1), semua item (X1.1 hingga X1.15) memiliki nilai *r-hitung* di atas kriteria batas, dengan rentang 0,278 (X1.13) hingga 0,740 (X1.3). Meskipun beberapa item seperti X1.13 (0,278) dan X1.15 (0,469) memiliki nilai relatif rendah, seluruhnya tetap memenuhi syarat validitas.

Variabel Biaya Pendidikan (X2) menunjukkan konsistensi nilai *r-hitung* tertinggi, dengan item X2.6 (0,897) sebagai nilai puncak dan X2.2 (0,706) sebagai nilai terendah. Semua item X2 (X2.1 hingga X2.13) berada jauh di atas batas *r-tabel*, mengindikasikan kekuatan korelasi yang sangat baik antara pertanyaan dan konstruk variabel.

Untuk variabel Fasilitas (X3), nilai *r-hitung* berkisar antara 0,348 (X3.15) hingga 0,819 (X3.14). Meskipun item X3.9 (0,440) dan X3.15 (0,348) mendekati batas validitas, seluruh item tetap valid karena melebihi nilai *r-tabel*. Adapun item X3.14 (0,819) dan X3.3 (0,806) menjadi indikator paling kuat dalam merepresentasikan fasilitas.

Pada variabel dependen Keputusan (Y), item Y6 (0,813) dan Y7 (0,806) merupakan indikator paling dominan, sementara Y3 (0,297) dan Y1 (0,344) memiliki korelasi terendah meskipun tetap valid. Secara keseluruhan, instrumen penelitian terbukti memenuhi validitas konstruk, sehingga layak digunakan untuk analisis lebih lanjut.

Berdasarkan hasil uji validitas, seluruh instrumen penelitian pada variabel *Word of mouth* (X1), Biaya Pendidikan (X2), Fasilitas (X3), dan Keputusan (Y) memenuhi syarat kevalidan dengan nilai *r-hitung* > *r-tabel* (0,2480). Meskipun terdapat variasi tingkat korelasi antaritem—seperti nilai *r-hitung* terendah pada item Y3 (0,297) dan tertinggi pada X2.6 (0,897)—konsistensi hasil mengonfirmasi bahwa seluruh pertanyaan kuesioner secara statistik mampu mengukur konstruk variabel yang dimaksud. Temuan ini memperkuat landasan metodologis penelitian, sehingga hasil analisis regresi dan pengujian hipotesis dapat dipertanggungjawabkan secara ilmiah. Namun, item dengan nilai korelasi relatif rendah (misalnya X1.13, X3.15, dan Y3) disarankan untuk dievaluasi kembali dalam penelitian lanjutan guna meningkatkan presisi pengukuran.

Uji Reliabilitas

Tabel 3. Hasil Uji Reliabilitas

Variabel	Cronbach Alpha	Standar	Keterangan
X1	0,774	0,60	Reliabel
X2	0,950	0,60	Reliabel
X3	0,898	0,60	Reliabel
Y	0,751	0,60	Reliabel

Sumber: data yang diolah, 2024

Berdasarkan tabel tersebut, dapat diketahui bahwa koefisien Cronbach's Alpha pada variabel *Word of mouth* (X1) = 0,774, Biaya Pendidikan (X2) = 0,950 Fasilitas (X3) = 0,898 dan Pengambilan Keputusan (Y) = 0,751. Semua variabel memiliki nilai *Cronbach's Alpha* > 0,60 maka pernyataan dalam item variabel penelitian dapat dikatakan reliabel.

Uji Normalitas

Tabel 3. Hasil Uji Normalitas

One-Sample Kolmogorov-Smirnov Test		
		Unstandardized Residual
N		63
Normal Parameters ^{a,b}	Mean	.0000000
	Std. Deviation	3.95175375
Most Extreme Differences	Absolute	.072
	Positive	.061
	Negative	-.072
Test Statistic		.072
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 data: Data yang diolah, 2024

Berdasarkan tabel tersebut, dapat dilihat bahwa nilai Asymp. Sig (2-tailed) sebesar 0,200 > 0,05 sehingga dapat dikatakan bahwa data berdistribusi normal.

Uji Asumsi Klasik

Berdasarkan Hasil uji multikolinearitas menunjukkan bahwa variabel *Word of mouth* (X1) memiliki nilai VIF sebesar 1.086 dan tolerance 0.921. Pada variabel *Biaya Pendidikan* (X2), nilai VIF tercatat 1.966 dengan tolerance 0.509, sedangkan variabel *Fasilitas* (X3) memiliki nilai VIF 2.081 dan tolerance 0.480. Seluruh nilai VIF pada ketiga variabel berada di bawah batas kritis 10, dan nilai tolerance di atas 0.1. Hal ini mengonfirmasi bahwa tidak terdapat gejala multikolinearitas dalam model regresi, sehingga asumsi independensi antar variabel independen terpenuhi.

Selanjutnya, pada uji heteroskedastisitas menggunakan metode Glejser, diperoleh nilai signifikansi untuk variabel *Word of mouth* (X1) sebesar 0.149, *Biaya Pendidikan* (X2) 0.605, dan *Fasilitas* (X3) 0.343. Ketiga nilai signifikansi tersebut lebih tinggi dari tingkat alpha 0.05, yang menunjukkan bahwa tidak ada pola heteroskedastisitas dalam data. Dengan demikian, model regresi yang digunakan memenuhi asumsi homoskedastisitas, atau varian residual yang konstan.

Analisis Regresi Linear Berganda

Tabel 6. Hasil Analisis Regresi Linier Berganda

Coefficients ^a					
Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	Sig.
		B	Std. Error	Beta	
1	(Constant)	17.095	5.298		.002
	X1	.250	.052	.527	.000
	X2	.037	.117	.047	.754
	X3	.088	.102	.131	.393

a. Dependent Variable: Y1

Sumber data: Data yang diolah, 2024

Berdasarkan tabel tersebut maka dapat diketahui linier berganda dalam penelitian ini yaitu sebagai berikut:

$$Y = \alpha + \beta_1 X_1 + \beta_2 X_2 + \beta_3 X_3$$

$$Y = 17,095 + 0,250X_1 + 0,037X_2 + 0,088X_3$$

Keterangan :

Y	= Pengambilan Keputusan	α	= konstanta
X1	= <i>Word of mouth</i>	β_1	= koefisien regresi <i>Word of mouth</i>
X2	= Biaya Pendidikan	β_2	= koefisien regresi Biaya Pendidikan
X3	= Fasilitas	β_3	= koefisien regresi Fasilitas

Dari model regresi tersebut, maka dapat dijelaskan hasil dari regresi berganda sebagai berikut:

- a. Nilai konstanta sebesar 17,095, artinya jika variabel *Word of mouth* (X1), *Biaya Pendidikan* (X2), *Fasilitas* (X3) bernilai nol maka nilai positif Pengambilan Keputusan (Y) sebesar 17,095.

- b. Nilai koefisien regresi variabel *Word of mouth* (X1) positif 0,250 disimpulkan bahwa apabila variabel *Word of mouth* penelitian meningkat, maka Pengambilan Keputusan juga meningkat.
- c. Nilai koefisien regresi variabel Biaya Pendidikan(X2) positif 0,037 disimpulkan bahwa apabila variabel Biaya Pendidikan penelitian meningkat, maka Pengambilan Keputusan juga meningkat.
- d. Nilai koefisien regresi variabel Fasilitas(X3) positif 0,088 disimpulkan bahwa apabila variabel Fasilitas penelitian meningkat, maka Pengambilan Keputusan juga meningkat

Pengujian Hipotesis

Uji Simultan

Tabel 7. Hasil Uji F

ANOVA ^a						
Model		Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
1	Regression	505.214	3	168.405	10.262	.000 ^b
	Residual	968.214	59	16.410		
	Total	1473.429	62			
a. Dependent Variable: Y1						
b. Predictors: (Constant), X3, X1, X2						

Sumber data: Data yang diolah, 2024

Berdasarkan tabel tersebut, maka dapat diketahui bahwa nilai signifikansi sebesar $0,000 < 0,05$, dengan demikian berdasarkan uji hipotesis (H_1) yang menunjukkan variabel *Word of mouth* (X1), Biaya Pendidikan (X2), dan Fasilitas (X3) berpengaruh positif terhadap Pengambilan Keputusan(Y) yang artinya (H_1) diterima.

Uji Parsial

Tabel 8. Hasil Uji t

Coefficients ^a						
Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	17.095	5.298		3.227	.002
	X1	.250	.052	.527	4.794	.000
	X2	.037	.117	.047	.315	.754
	X3	.088	.102	.131	.860	.393
a. Dependent Variable: Y1						

Sumber data: Data yang diolah, 2024

Pada variabel *Word of mouth* (X1) diketahui nilai t hitung 4,794 dengan signifikansi $0,000 < 0,05$ artinya H_2 diterima dimana *Word of mouth* berpengaruh signifikan terhadap Pengambilan Keputusan(Y). Kemudian pada variabel Biaya Pendidikan (X2) diketahui nilai t hitung 0,315 dengan signifikansi $0,754 > 0,05$ artinya H_3 ditolak dimana Biaya Pendidikan tidak berpengaruh signifikan terhadap Pengambilan Keputusan(Y). Sementara pada variabel Fasilitas (X3) diketahui nilai t hitung 0,860 dengan signifikansi $0,393 > 0,05$ artinya H_4 ditolak dimana Fasilitas tidak berpengaruh signifikan terhadap Pengambilan Keputusan (Y).

Uji Koefisien Determinasi (*Adjusted R²*)

Tabel 9. Hasil Uji Koefisien Determinasi (*Adjusted R²*)

Model Summary				
Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	.586 ^a	.343	.309	4.051
a. Predictors: (Constant), X3, X1, X2				

Sumber data: Data yang diolah, 2024

Berdasarkan tabel tersebut menunjukkan nilai *Adj R Square* sebesar 0.309 atau sebesar 30,9% menunjukkan bahwa variabel *Word of mouth* (X1), Biaya Pendidikan (X2) dan Fasilitas (X3) mampu menjelaskan variabel Pengambilan Keputusan sedangkan 69,1% lainnya dapat dijelaskan oleh variabel lain yang tidak ada pada penelitian ini.

Berbagai uraian di atas menunjukkan bahwa variabel *Word of mouth*, Biaya Pendidikan, dan Fasilitas secara bersama-sama berpengaruh signifikan terhadap keputusan Wali Santri memilih

Madrasah Diniyah. Namun, secara individual, hanya *Word of mouth* yang berpengaruh signifikan, sementara Biaya Pendidikan dan Fasilitas tidak menunjukkan pengaruh signifikan terhadap keputusan tersebut.

Implikasi Hasil Penelitian

Pengaruh *Word of mouth*, Biaya Pendidikan dan Fasilitas terhadap Keputusan Wali Santri Memilih Madrasah Diniyah

Berdasarkan hasil penelitian yang didapat setelah melakukan uji F menunjukkan bahwa variabel *Word of mouth*, Biaya Pendidikan dan Fasilitas mempengaruhi Keputusan Wali Santri Memilih Madrasah Diniyah secara signifikan. Hal ini membuktikan bahwa kombinasi dari ketiga variabel tersebut secara bersama-sama dapat berpengaruh secara positif dan signifikan terhadap Keputusan Wali Santri Memilih Madrasah Diniyah.

Word of mouth berpengaruh terhadap Pengambilan Keputusan Wali Santri dalam memilih Madrasah Diniyah, yang berarti Wali Santri menerima saran atau dorongan dari orang lain dalam mengambil keputusan memilih Madrasah Diniyah. Biaya Pendidikan juga menjadi faktor yang penting dalam Pengambilan Keputusan. Karena Wali Santri akan mempertimbangkan apakah biaya sesuai dengan kemampuan mereka dan menilai apakah biaya sebanding dengan kualitas pendidikan yang ditawarkan. Fasilitas yang baik dapat mendukung proses pembelajaran yang efektif dan dapat menjamin keamanan dan kesehatan santri.

Hasil penelitian menunjukkan bahwa secara keseluruhan, *Word of mouth* (WOM), biaya pendidikan, dan fasilitas memiliki pengaruh signifikan terhadap keputusan wali santri dalam memilih madrasah diniyah. WOM terbukti sebagai faktor paling dominan yang memengaruhi pengambilan keputusan orang tua. Penelitian sebelumnya mendukung bahwa rekomendasi dari sesama anggota masyarakat, terutama dari keluarga dan teman, menjadi pertimbangan utama bagi orang tua dalam menentukan pilihan pendidikan untuk anak mereka (Yahya & Yuniarto, 2024; , Hatta & Setiarni, 2018). Meski biaya pendidikan dan fasilitas tidak menunjukkan pengaruh signifikan dalam penelitian ini, prinsip pendidikan yang berkualitas tetap harus dipertahankan agar dapat menarik minat orang tua (Ibrohim et al., 2022).

Implikasi dari temuan ini adalah pentingnya lembaga pendidikan seperti Madrasah Diniyah untuk tidak hanya fokus pada satu aspek, tetapi mengintegrasikan strategi komunikasi *word of mouth* yang kuat, menjaga transparansi biaya, serta memastikan ketersediaan fasilitas dasar. Meskipun biaya dan fasilitas tidak berdampak signifikan secara parsial, keberadaannya tetap menjadi bagian dari citra institusi yang memengaruhi kepercayaan masyarakat. Madrasah perlu mengoptimalkan jaringan komunikasi antar-wali santri untuk memperkuat rekomendasi positif, sambil mempertahankan kebijakan biaya yang terjangkau dan pemenuhan fasilitas minimal sebagai bentuk tanggung jawab institusional.

Pengaruh *Word of mouth*, terhadap Keputusan Wali Santri Memilih Madrasah Diniyah

Pengaruh *Word of mouth* terhadap keputusan Wali santri memilih Madrasah Diniyah terletak pada kepercayaan kepada seseorang. *Word of mouth* terkait dengan bagaimana seseorang bersedia mengungkapkan hal-hal yang baik tentang Madrasah Diniyah berdasarkan pengalaman yang dirasakan selama ini, berencana untuk menceritakan tentang cara pembelajaran dan kegiatan lain yang ada di Madrasah dengan senang hati akan mempengaruhi dan meyakinkan orang lain untuk memutuskan memilih Madrasah Diniyah. Oleh karena itu, *Word of mouth* mempengaruhi Keputusan Wali Santri Memilih Madrasah Diniyah secara positif signifikan. Hal ini menunjukkan bahwa dengan adanya *Word of mouth* yang positif akan membantu lembaga pendidikan dalam memasarkan jasanya.

Cerita dan testimoni pengalaman pribadi lebih mudah dipercaya daripada informasi teoritis. Wali santri mengandalkan pengalaman orang lain sebagai panduan dalam mengambil keputusan diniyah. Kepercayaan secara tidak langsung menjadi acuan bagi Wali Santri untuk memutuskan

memilih Madrasah Diniyah. Kepercayaan pada sumber informasi, dikombinasikan dengan konteks social dan emosional, membuat komunikasi dari mulut ke mulut menjadi sangat berpengaruh dalam membangun pandangan seseorang. Hal tersebut mengindikasikan bahwa aspek-aspek seperti kebutuhan yang muncul, pengumpulan informasi, evaluasi alternatif, kepuasan dan loyalitas, ketidakpuasan dan ketidaksetiaan memainkan peran penting dalam Wali Santri memutuskan untuk memilih Madrasah Diniyah.

Hasil penelitian ini selaras dengan Nadzifah et al. (2023) yang mana hasil penelitiannya mengungkapkan bahwa Variabel “Keputusan Memilih Pesantren” secara signifikan dipengaruhi oleh *word of mouth*. Berdasarkan penelitian yang dilakukan oleh Zarkasih et al. (2022), temuan penelitian menunjukkan bahwa *word of mouth* memberikan dampak positif dan signifikan terhadap proses pengambilan keputusan tersebut. Penelitian ini menggarisbawahi peran *word of mouth* sebagai faktor penting dalam membentuk pilihan individu terhadap pesantren.

WOM memiliki pengaruh yang jelas dan positif terhadap keputusan wali santri. Penelitian menunjukkan bahwa pengalaman orang lain menginformasikan dan memengaruhi keputusan orang tua. Riset sebelumnya menunjukkan bahwa orang tua lebih cenderung memilih lembaga pendidikan yang sudah terbukti berkualitas berdasarkan rekomendasi positif dari orang lain (Hatta & Setiarni, 2018). Oleh karena itu, penguatan WOM dapat dilakukan dengan membangun jaringan komunikasi yang baik antara madrasah dan masyarakat, mempromosikan prestasi dan kegiatan positif yang diadakan (Wardani & Dewi, 2021).

Implikasi praktisnya, Madrasah Diniyah perlu membangun sistem manajemen reputasi yang terstruktur, misalnya melalui program keterlibatan wali santri dalam penyebaran testimoni positif atau penguatan peran alumni. Institusi juga dapat memanfaatkan media sosial atau forum komunitas keagamaan untuk memperluas jangkauan *word of mouth*. Selain itu, menjaga kualitas pengajaran dan hubungan harmonis dengan wali santri menjadi kunci, karena kepuasan mereka akan secara organik menciptakan efek rekomendasi yang berkelanjutan.

Pengaruh Biaya Pendidikan terhadap Keputusan Wali Santri Memilih Madrasah Diniyah

Berdasarkan hasil penelitian menggambarkan bahwa variabel Biaya Pendidikan tidak mempengaruhi Keputusan Wali Santri Memilih Madrasah Diniyah secara signifikan. Hal ini menunjukkan bahwa meskipun biaya pendidikan sering dianggap sebagai faktor krusial dalam pemilihan lembaga pendidikan, dalam konteks madrasah diniyah mungkin tidak selalu menjadi pertimbangan utama bagi sebagian besar orang tua atau wali murid. Hal ini disebabkan karena tujuan utama dari pendidikan di madrasah diniyah adalah untuk memperdalam pemahaman agama Islam dan mengembangkan karakter moral yang kuat pada anak-anak. Bagi banyak keluarga Muslim, nilai-nilai agama dan spiritual jauh lebih penting daripada pertimbangan finansial. Mereka mungkin rela mengeluarkan biaya lebih atau bahkan berjuang secara finansial demi memastikan anak-anak mereka mendapatkan pendidikan agama yang berkualitas.

Meskipun biaya pendidikan tidak menunjukkan pengaruh signifikan dalam penelitian ini, aspek ini tetap penting dalam konteks akses pendidikan. Penelitian lain menunjukkan bahwa keluarga yang lebih berpendidikan terkadang rela mengeluarkan biaya lebih untuk pendidikan berkualitas (Yuniarti et al., 2022). Madrasah harus tetap transparan dalam hal biaya dan menjelaskan mengapa pendidikan yang mereka tawarkan bermanfaat. Pembiayaan yang fleksibel, seperti beasiswa atau program membantu orang tua dalam membayar biaya pendidikan, juga harus dipertimbangkan untuk menjangkau lebih banyak wali santri (Adif et al., 2024).

Selain itu, madrasah diniyah seringkali dipandang sebagai institusi pendidikan yang lebih terjangkau dibandingkan dengan sekolah umum atau lembaga pendidikan lainnya. Sedangkan faktor-faktor lain seperti kualitas pengajaran, reputasi ustadz atau kyai yang mengajar, kurikulum yang ditawarkan, dan kedekatan lokasi dengan tempat tinggal seringkali lebih berpengaruh dalam pengambilan keputusan. Orang tua mungkin lebih mempertimbangkan sejauh mana madrasah dapat

membantu anak-anak mereka menguasai ilmu agama, membaca Al-Qur'an dengan baik, dan memahami hukum-hukum Islam daripada memikirkan biaya yang harus dikeluarkan. Banyak orang tua yang memandang pendidikan di madrasah diniyah sebagai investasi jangka panjang dalam pembentukan karakter dan spiritualitas anak. Mereka mungkin berpendapat bahwa manfaat yang diperoleh dari pendidikan agama jauh melampaui nilai nominal biaya yang dikeluarkan. Dalam perspektif ini, fokus utama bukanlah pada biaya, melainkan pada kualitas pendidikan spiritual yang diterima.

Temuan ini konsisten dengan penelitian terdahulu yang telah dilakukan. Penelitian oleh Supriyani & Susilo H, (2016) bahwa dalam konteks pendidikan tinggi, terlihat jelas bahwa pertimbangan finansial siswa sangat dipengaruhi oleh nilai-nilai orang tua. Khususnya di MAN Tuban, proses pengambilan keputusan mencerminkan prioritas kolektif terhadap pendidikan berkualitas daripada sekadar keterjangkauan biaya. Orang tua mengakui bahwa untuk mencapai standar pendidikan yang lebih tinggi sering kali memerlukan komitmen finansial yang lebih besar, yang pada akhirnya akan mengarahkan pilihan anak-anak mereka di lembaga pendidikan.

Implikasi bagi pengelola Madrasah Diniyah adalah perlunya mempertahankan kebijakan biaya yang inklusif agar tetap dapat menjangkau seluruh kalangan masyarakat. Meskipun biaya tidak signifikan, kenaikan drastis tetap berpotensi mengurangi aksesibilitas. Di sisi lain, lembaga dapat mengalokasikan sumber daya untuk aspek lain yang lebih kritis, seperti peningkatan kualitas pengajar atau program pembelajaran, sambil tetap mengedepankan transparansi dalam penggunaan dana untuk menjaga kepercayaan wali santri.

Pengaruh Fasilitas terhadap Keputusan Wali Santri Memilih Madrasah Diniyah

Berdasarkan hasil penelitian menggambarkan bahwa variabel Fasilitas tidak mempengaruhi Keputusan Wali Santri Memilih Madrasah Diniyah secara signifikan. Hal ini menegaskan bahwa Wali santri dan Santri yang memilih madrasah diniyah umumnya lebih mementingkan kualitas pengajaran agama, kedalaman materi yang diajarkan, dan nilai-nilai moral yang ditanamkan daripada fasilitas fisik yang tersedia. Wali Santri tidak mengharapkan fasilitas mewah atau canggih di Madrasah Diniyah, karena fokus utama dari Madrasah Diniyah adalah untuk memberikan pendidikan agama islam yang mendalam dan pembentukan karakter religius. Wali santri lebih menekankan pembelajaran agama yang efektif, guru yang berkualitas dan kurikulum yang kuat meskipun dengan fasilitas yang sederhana. Wali Santri juga lebih berfokus pada reputasi Madrasah Diniyah yang baik yang dibangun berdasarkan kualitas lulusan dan kontribusi Madrasah Diniyah terhadap masyarakat dibandingkan dengan fasilitas fisik yang dimiliki.

Dalam konteks pendidikan agama, banyak orang percaya bahwa lingkungan belajar yang sederhana dapat membantu siswa fokus pada esensi pembelajaran dan menghindari gangguan materialistik. Mereka memandang bahwa fasilitas yang terlalu mewah justru dapat mengalihkan perhatian dari tujuan utama pendidikan agama. Fasilitas dasar yang mendukung proses pembelajaran tetap diperlukan, seperti kelas yang layak, penerangan yang cukup dan bahan ajar yang memadai. Yang menjadi perbedaan adalah dalam konteks Madrasah Diniyah, fasilitas mewah atau canggih tidak menjadi prioritas utama dalam pengambilan keputusan memilih Madrasah Diniyah. Ini menunjukkan bahwa faktor faktor kualitas pengajaran agama, nilai-nilai yang ditanamkan, reputasi tradisi, aspek spiritual lebih berpengaruh daripada fasilitas fisik dalam pengambilan keputusan memilih Madrasah Diniyah.

Fasilitas madrasah diniyah juga dinyatakan tidak memengaruhi keputusan wali santri, meskipun fasilitas yang baik tetap berkontribusi terhadap lingkungan belajar yang kondusif. Penelitian-penelitian sebelumnya menunjukkan bahwa orang tua sering kali mempertimbangkan kualitas fasilitas pendidikan (Ibrohim et al., 2022; , Sari et al., 2021). Oleh sebab itu, madrasah perlu mengevaluasi fasilitas yang ada dan meningkatkan pemeliharannya untuk memastikan bahwa pelajar dapat beraktivitas dengan baik. Meskipun tidak dijadikan alasan utama dalam pemilihan, fasilitas dapat

menjadi faktor pendukung yang penting untuk meningkatkan daya saing madrasah dengan lembaga pendidikan lainnya (Amin & Jonathan, 2021).

Temuan ini konsisten dengan penelitian terdahulu Temuan ini konsisten dengan penelitian terdahulu Roshah, Zeshasina dkk. (2017) menunjukkan bahwa Keberadaan fasilitas tidak berdampak pada proses pengambilan keputusan dalam pemilihan institusi pendidikan. Hal ini karena terbukti bahwa bangunan yang besar menyiratkan adanya fasilitas yang lebih unggul. Ketika memilih sekolah untuk anak-anak mereka, orang tua mungkin tidak terlalu menekankan pada kualitas fasilitas sekolah, seperti gedung dan lapangan olahraga. Sebaliknya, mereka sering memprioritaskan faktor-faktor penting lainnya, termasuk prestasi akademik, kualifikasi guru, dan lingkungan pendidikan secara keseluruhan, yang mereka yakini akan paling mendukung pengalaman belajar anak mereka.

Implikasi dari hasil ini adalah Madrasah Diniyah perlu fokus pada penguatan kurikulum, kompetensi guru, dan aktivitas keagamaan yang berdampak langsung pada pembentukan karakter santri. Meski fasilitas tidak signifikan, penyediaan infrastruktur dasar seperti ruang belajar yang nyaman dan aksesibilitas lokasi tetap perlu diperhatikan sebagai bentuk profesionalisme. Institusi juga dapat mengkomunikasikan nilai-nilai spiritual dan prestasi non-akademik untuk memperkuat diferensiasi di mata masyarakat, alih-alih bersaing melalui fasilitas fisik.

Kesimpulan, Keterbatasan Dan Saran

Variabel *Word of mouth*, Biaya Pendidikan dan Fasilitas secara bersama-sama berpengaruh signifikan terhadap Keputusan Wali Santri Memilih Madrasah Diniyah. Variabel *Word of mouth* berpengaruh signifikan terhadap Keputusan Wali Santri Memilih Madrasah Diniyah. Variabel Biaya Pendidikan tidak berpengaruh signifikan terhadap Keputusan Wali Santri Memilih Madrasah Diniyah. Variabel Fasilitas tidak berpengaruh signifikan terhadap Keputusan Wali Santri Memilih Madrasah Diniyah.

Dalam penelitian ini, meskipun telah direncanakan namun dalam pelaksanaannya masih terdapat keterbatasan penelitian. Hasil uji Koefisien Determinasi 30,9%, yang artinya variabel *Word of mouth*, Biaya Pendidikan dan Fasilitas hanya berpengaruh sebesar 30,9%. Sedangkan sisanya dijelaskan oleh variabel lain yang tidak terdapat pada penelitian ini. Berdasarkan hasil penelitian yang telah dilakukan, maka peneliti merekomendasikan saran yaitu peneliti selanjutnya diharapkan menambahkan variabel independent yang berbeda yang tidak terdapat di penelitian ini seperti variabel Lokasi, Kualitas Pelayanan, dan Promosi.

Referensi

- Brown, T. J., Barry, T. E., Dacin, P. A., & Gunst, R. F. (2005). *Spreading The Word: Investigating Antecedents Of Consumers' Positive Word-Of-Mouth Intentions And Behaviors In A Retailing Context*. *Journal Of The Academy Of Marketing Science*, 33(2), 123-138.
- Elisanovi. (2015). *Pengaruh Faktor Budaya Dan Biaya Pendidikan Terhadap Keputusan Mahasiswa Asing Dalam Memilih Universitas Islam Negeri Sultan Syarif Kasim Riau*. *Jurnal Al-Iqtishad*, Edisi 11 Volume Ii, 128-132.
- Hamilton, K., Shih, S., & Mohammed, S. (2016). *The Development And Validation Of The Rational And Intuitive Decision Styles Scale*. *Journal Of Personality Assessment*. Doi: 10.1080/00223891.2015.1132426
- Hatta, I. And Setiawati, S. (2018). *Pengaruh Word Of Mouth Dan Switching Cost Terhadap Keputusan Pembelian Dan Loyalitas*. *Jurnal Ilmiah Manajemen Dan Bisnis*, 19(1), 32-40. <https://doi.org/10.30596/Jimb.V19i1.1728>
- Hayati, J. S. (2020). *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*. Stie Mahardika Surabaya.

- Hossain, M., Shohel, T., & Jahan, N. (2022). Determinants Of School Choice: A Study On Khulna City Corporation (Kcc) Area Of Bangladesh. *Khulna University Studies*, 137-148. <https://doi.org/10.53808/Kus.2017.14.1and2.1614-S>
- Ibrohim, I., Nurkamiliati, A., Muhatadin, M., & Mukhlisah, M. (2022). Meningkatkan Kualitas Madrasah Takmiliah Awaliyah Melalui Pengaktifan Ikatan Remaja Masjid Dan Penataan Kurikulum. *Jurnal Pengabdian Ilung (Inovasi Lahan Basah Unggul)*, 2(1), 151. <https://doi.org/10.20527/Ilung.V2i1.5409>
- Ishak, N. A., & Abdulhasani, S. I. (2018). *The Students' Satisfaction Towards School Facilities At Tahfiz Schools*.
- 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), 137–146.
- Kotler Philip Dan Lane Keller, Kevin. 2009. *Manajemen Pemasaran*. 13th Edition, Jilid 2 Terjemahan Bob Subran. Jakarta: Erlangga
- Laili, A. N., Rachma, N., & Primanto, A. B. (2023). Pengaruh Lokasi Pesantren, Biaya Pendidikan, Kualitas Layanan Terhadap Keputusan Memilih Pesantren Kampus Ainul Yaqin Universitas Islam Malang. *E-Jrm: Elektronik Jurnal Riset Manajemen*, 12(1).
- Lubis, A. S., Amalia, A., & Simanjuntak, S. (2021). Pengaruh Fasilitas Sekolah, Biaya Pendidikan Dan Lokasi Sekolah Terhadap Pengambilan Keputusan Siswa Untuk Melanjutkan Pendidikan Ke Sma Al Ulum Terpadu. *Journal Of Management Analytical And Solution*, 1(1).
- Nadzifah, S., Basalamah, M. R., & Ramadhan, T. S. (2023). Pengaruh Lokasi, Biaya Pendidikan, Dan Word Of Mouth Terhadap Keputusan Memilih Pondok Pesantren (Studi Kasus Pada Pondok Pesantren Shirotul Fuqoha Putri). *E-Jrm: Elektronik Jurnal Riset Manajemen*, 12(01).
- Nasution, A. (2023). Pengaruh Citra Merek (*Brand Image*) Dan Persepsi Biaya Pendidikan Terhadap Keputusan Orang Tua Siswa Memilih Mts Nurul Ilmi Ujung Gading Julu Kec. Simangambat Kab. Padang Lawas Utara (*Doctoral Dissertation*, Uin Sunan Kalijaga Yogyakarta).
- Nugroho, A. (2023). Analisis Pengaruh Mutu Sekolah Dan Fasilitas Sekolah Terhadap Keputusan Pemilihan Sekolah Serta Implikasinya Terhadap Kepuasan Siswa Bersekolah Di Man 14 Jakarta. *Secondary: Jurnal Inovasi Pendidikan Menengah*, 3(2), 176-184.
- Nurhakim, R., & Tafsiruddin, M. (2024). Pengaruh Promosi Dan Fasilitas Terhadap Keputusan Siswa Memilih Sekolah Di Sma Nusantara Plus. *Jurnal Penkomi: Kajian Pendidikan Dan Ekonomi*, 7(1), 225-234.
- Özdemir, A., Tozlu, E., Şen, E., & Ateşoğlu, H. (2016). *Analyses Of Word-Of-Mouth Communication And Its Effect On Students' University Preferences*. *Procedia-Social And Behavioral Sciences*, 235, 22-35.
- Persada, B., Pujiati, P., & Nurdin, N. (2018). Pengaruh Biaya Pendidikan Terhadap Keputusan Siswa Memilih Sekolah. *Economic Education And Entrepreneurship Journal*, 1(2), 71-80.
- Rahmi, W. (2021). Pengaruh Fasilitas Belajar Terhadap Minat Belajar Siswa Pada Mata Pelajaran Ekonomi Di Madrasah Aliyan Muhammadiyah Pekanbaru (*Doctoral Dissertation*, Universitas Islam Negeri Sultan Syarif Kasim Riau).
- Rivandi, M., & Kemala, E. R. (2021). Pengaruh Motivasi, Biaya Pendidikan Dan Lama Pendidikan Terhadap Minat Mahasiswa Akuntansi Mengikuti Pendidikan Akuntansi (Ppak) Di Universitas Dharma Andalas. *Jurnal Ekonomi Dan Bisnis Dharma Andalas*, 23(1), 94-108.
- Rosha, Z., Wati, L., & Dharma, S. (2017). Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Orang Tua Dalam Pengambilan Keputusan Memilih Sekolah Dasar Islam Al-Azhar 32 Padang. *Jurnal Apresiasi Ekonomi*, 5(3), 139-147.
- Sari, T., Pradhanawati, A., & Pinem, R. (2021). Pengaruh Fasilitas , Electronic Word Of Mouth, Dan Destination Image Terhadap Keputusan Berkunjung (Studi Pada Pengunjung Objek Wisata

- Pantai Suwuk Kebumen). *Jurnal Ilmu Administrasi Bisnis*, 10(2), 1049-1056. <https://doi.org/10.14710/Jiab.2021.30407>
- Setiawan, R. M. (2022). Pengaruh *Brand Image* Dan *Word Of Mouth* Lembaga Pendidikan Terhadap Keputusan Pembelian Jasa Pendidikan Di Mi Terpadu Amaanatul Ummah Kauman (*Doctoral Dissertation*, Iain Ponorogo).
- Simamora, Y. M., Siagian, H., & Pelawi, P. (2023). Pengaruh Lokasi, Fasilitas Pendidikan Dan Citra Sekolah Terhadap Keputusan Memilih Sekolah. *Jurnal Wira Ekonomi Mikroskil*, 13(2), 168-182.
- Suharyanto, S. (2018). *Dampak Kualitas Pelayanan Dan Biaya Kuliah Terhadap Kepuasan Mahasiswa Universitas X Bandung*. *Ensains Journal*, 1(1), 44-55.
- Suhaylide, Irna Siskatrin. (2013). Pengaruh Mutu Layanan Akademik Dan Biaya Pendidikan Terhadap Kepuasan Mahasiswa. Universitas Pendidikan Indonesia.
- Supriyani, & Susilo, M. (2016). Pengaruh Strategi Bauran Pemasaran Terhadap Keputusan Siswa Dalam Memilih Madrasah Aliyah Negeri Tuban. *Jurnal Dinamika Manajemen Pendidikan*, 1 (1), 68-78.
- Timba, F. N. S. (2019). Pemanfaatan Fasilitas Belajar Terhadap Minat Belajar Peserta Didik Kelas V Sd Katolik 008 Nita 1 Kecamatan Sikka Kabupaten Sikka Tahun 2019. *Serambi Ptk*, 6(3), 151-161.
- Tjiptono, Fandy. (2015). Strategi Pemasaran. Edisi 4. Yogyakarta : Andi.
- Wardani, D. And Dewi, R. (2021). Pengaruh Brand Image, *Word Of Mouth*, Dan Harga Terhadap Keputusan Pembelian (Studi Pada Konsumen Elektronik Sanken Di Kota Semarang). *Jurnal Ilmu Administrasi Bisnis*, 10(2), 1041-1048. <https://doi.org/10.14710/Jiab.2021.30406>
- Yogaswara, Mochamad Rizal Et Al. Pengaruh Faktor Minat Dan *Word Of Mouth* Terhadap Keputusan Mahasiswa Memilih Prodi Manajemen Di Universitas Mayjen Sungkono Mojokerto. *Cermin: Jurnal Penelitian*, [S.L.], V. 7, N. 2, P. 441-448, Dec. 2023. Issn 2615-3238.
- Yuniarti, I., Khusnaa, U., & Setyawan, M. (2022). Kaderisasi Tenaga Pendidik Madrasah Diniyah Di Desa Penujah. *Meuseuraya - Jurnal Pengabdian Masyarakat*, 70-77. <https://doi.org/10.47498/Meuseuraya.V1i2.1433>
- Zarkasih, A., Widarko, A., & Brotosuharto, M. K. A. (2022). Pengaruh Lokasi Pesantren, Biaya Pendidikan Dan *Word Of Mouth* Terhadap Keputusan Memilih Pondok Pesantren (Studi Kasus Pada Santri Di Pondok Pesantren Ar-Rahman Malang). *E-Jrm: Elektronik Jurnal Riset Manajemen*, 11(05)

Sania Putri Nur Halizah *) Adalah Mahasiswa FEB Unisma

Nurhajati**) Adalah Dosen Tetap FEB Unisma

Muh. Sirojuddin Amin ***) Adalah Dosen Tetap FEB Unisma