

ENTREPRENEUR

Jurnal Bisnis Manajemen Dan Kewirausahaan

Program Studi Manajemen Fakultas Ekonomika dan Bisnis Universitas Majalengka

Published every January and July e-ISSN : (2776-2483), p-ISSN: 2723-1941

Available online <http://ejournal.unma.ac.id/index.php/entrepreneur>

Persepsi Kualitas Layanan Terhadap Proses Keputusan Memilih Dengan Kepercayaan Dan Citra Lembaga Sebagai Variabel Intervening

Muhamad Iftor Nawawi¹, Dikdik Harjadi², Dede Djuniardi³

Universitas Kuningan

E-mail : muhammad.iftor02@gmail.com

Abstract.

The phenomenon of this research is oriented towards the decision process of choosing a student guardian for the Nurul Huda Kertawangunan Islamic Boarding School. The population in this study were all student guardians representing students at the Nurul Huda Kertawangunan Special Islamic Boarding School for SMPIT, MA and SMAIT levels for the 2022/2023 academic year, totaling 468 student guardians. Respondents who filled out the questionnaire were 228 santri guardians. The research results found that the perception of the quality of educational services had a significant positive effect on trust and image of the institution, but had an insignificant positive effect on the choice decision process. Trust has an insignificant positive effect on the voting decision process. The image of the institution has a significant positive effect on the voting decision process. The influence of perceived quality of educational services on the choice decision process cannot be mediated by trust, but can be mediated by the image of the institution.

Keywords:

Institutional Image; Perceived Quality of Education Services; Trust; Voting Decision Process

PENDAHULUAN

Nilai-nilai pendidikan di pesantren modern mencakup karakter, *soft skills* khususnya *leadership*, doktrin nilai, kemandirian, kewirausahaan, keilmuan agama, Bahasa Arab dan Inggris, *hard skills*, *IT skills*, dan minat bakat dalam pengembangan diri (Manshuruddin, 2021).

Nilai-nilai tersebut membantu setiap santri menemukan arti kehidupan dalam dirinya dan memposisikan santri sebagai subyek pendidikan, dan bukan sekedar objek pengajaran termasuk menjadi ruh utama

lembaga pendidikan berbasis pesantren modern dalam pembentukan karakter.

Fenomena penelitian ini berorientasi pada proses keputusan memilih pada wali santri terhadap Pondok Pesantren Nurul Huda Kertawangunan. Menurut hasil survey, terdapat kesenjangan antara data realisasi santri yang masuk pada awal tahun ajaran dengan data target penerimaan santri yang telah ditetapkan yayasan. Hasil survey juga menunjukkan adanya sejumlah santri yang keluar dari pondok pesantren pada tahun ajaran tertentu.

Keterangan lengkap data-data hasil survey ini dapat diuraikan sebagai berikut:

ENTREPRENEUR

Jurnal Bisnis Manajemen Dan Kewirausahaan

Program Studi Manajemen Fakultas Ekonomika dan Bisnis Universitas Majalengka

Published every January and July e-ISSN : (2776-2483), p-ISSN: 2723-1941

Available online <http://ejournal.unma.ac.id/index.php/entrepreneur>

Tabel 1
Data Target Santri Awal Masuk dan Keluar

Tahun Ajaran	Jenjang	Jumlah Santri			
		Target Penerimaan Santri	Realisasi Penerimaan Santri Baru Awal Tahun Ajaran	Jumlah Santri Keluar	Jumlah Santri Akhir Tahun Ajaran
2019 - 2020	SMPIT	75	53	13	40
	MA	75	32	5	27
2020 - 2021	SMPIT	100	90	22	68
	MA	100	29	7	22
2021 - 2022	SMPIT	150	161	41	120
	MA	150	33	10	23
2022 - 2023	SMPIT	175	183	24	159
	MA	175	45	1	44
	SMAIT	175	25	6	19

Sumber: Data Pondok Pesantren Nurul Huda Kertawangungan Tahun 2023

Tabel 1 menunjukkan data realisasi penerimaan santri baru SMPIT dan MA pada awal tahun ajaran 2019-2020 dan 2020-2021 yang masih berada dibawah angka target penerimaan santri.

Terdapatnya sejumlah santri yang keluar dari pondok pesantren pada tahun ajaran ini juga menyebabkan jumlah santri akhir tahun ajaran lebih rendah dari penerimaan santri baru pada awal tahun ajaran. Pada tabel juga tertera jumlah penerimaan santri SMPIT yang masuk pada tahun ajaran 2021-2022 dan 2022-2023 telah melebihi target. Namun demikian jumlah penerimaan santri MA dan SMAIT pada tahun ajaran ini tidak memenuhi target. Disisi lain terdapatnya sejumlah santri yang keluar pada tahun ajaran, ini menyebabkan jumlah santri akhir tahun ajaran menjadi lebih rendah dari jumlah realisasi penerimaan pada awal tahun ajaran.

Hal ini telah membuktikan bahwa proses keputusan santri dalam memilih Pondok Pesantren Nurul Huda Kertawangungan sebagai aktivitas pembelajarannya masih tergolong rendah.

Beberapa penelitian terdahulu yang menjadi referensi penelitian ini telah menginvestigasi proses keputusan memilih dan faktor-faktor yang mempengaruhinya dalam berbagai konteks. Persepsi kualitas yang terbentuk pada benak siswa/santri berdampak pada peningkatan rasa percaya pada diri siswa/santri. Tingkat kualitas

pendidikan adalah salah satu elemen kepercayaan yang paling penting dalam proses pembelajaran (Afiqoh, 2021; Qalifa, 2021; Singh & Jasial, 2021).

KERANGKA TEORITIS

Pengaruh Persepsi Kualitas Layanan Pendidikan Terhadap Kepercayaan Wali Santri.

Kualitas layanan yang dirasakan merupakan salah satu elemen kepercayaan yang paling penting dalam dunia pendidikan. Sebagian besar lembaga pendidikan yang mampu memberikan layanan pendidikan secara baik telah mendapatkan tingkat kepercayaan yang baik pula di mata masyarakat luas. Pengalaman baik dari sebagian pengguna jasa pendidikan akan menjadi faktor penyebar dari mulut ke mulut dan membangun kepercayaan yang baik pada lembaga pendidikan (Qalifa, 2021).

Kepercayaan akan meningkat seiring dengan keyakinan wali santri karena pihak lembaga telah menepati janji dan telah menunjukkan keberhasilan dalam memberikan layanan yang baik dan berkualitas. Kepercayaan santri dalam lembaga pendidikan umumnya terkait dengan pengalaman akademik mereka dan persepsi mereka tentang keefektifan guru. Berbagai segi pengalaman akademik santri dan menyimpulkan bahwa kompetensi mengajar dari seorang guru adalah penentu dari kepercayaan santri terhadap suatu lembaga pendidikan (Singh & Jasial, 2021).

Pengaruh Persepsi Kualitas Layanan Pendidikan Terhadap Proses Keputusan Memilih.

Kualitas pelayanan yang baik merupakan masalah penting bagi wali santri dalam proses keputusan memilih lembaga pendidikan. Faktor pelayanan pendidik dan administrasi pendidikan merupakan faktor

ENTREPRENEUR

Jurnal Bisnis Manajemen Dan Kewirausahaan

Program Studi Manajemen Fakultas Ekonomika dan Bisnis Universitas Majalengka

Published every January and July e-ISSN : (2776-2483), p-ISSN: 2723-1941

Available online <http://ejournal.unma.ac.id/index.php/entrepreneur>

penentu bagi terciptanya efektivitas tujuan pendidikan. Faktor pelayanan pendidik dan administrasi pendidikan memegang peranan sebagai kendali utama aset lembaga pendidikan dibandingkan dengan sumber daya lainnya dalam memantapkan keputusan memilih wali santri terhadap suatu lembaga pendidikan (Erinawati & Syafarudin, 2021). Mahasiswa akan melihat bagaimana mutu pendidikan yang ditawarkan sebelum mereka menentukan pilihannya untuk kuliah (Wirjawan et al., 2021). Para calon santri biasanya akan memilih sekolah dengan memperhatikan keunggulan layanan yang diberikan dan tidak akan memilih sekolah yang memiliki pelayanan rendah (Dwi Astuti, 2021).

Pengaruh Persepsi Kualitas Layanan Pendidikan Terhadap Citra Lembaga

Persepsi kualitas layanan dapat mempengaruhi citra lembaga pendidikan secara keseluruhan. Penyedia layanan pendidikan harus fokus pada kepuasan santri/wali santri dan mengubah pola pikirnya menjadi pendekatan berorientasi pada santri. Kualitas layanan memiliki sifat interaktif dengan konstruksi lainnya dan harus berorientasi pada hasil. Dengan kata lain, kualitas layanan yang dirasakan siswa dapat berinteraksi dengan konstruksi lain, seperti kepuasan siswa, citra kelembagaan, dan niat perilaku dalam pengambilan keputusan (Hwang & Choi, 2019).

Salah satu faktor yang dapat mempengaruhi pembentukan citra organisasi pendidikan adalah peningkatan layanan pendidikan yang berbeda dengan organisasi lain dan berorientasi penuh pada kebutuhan siswa. Mempertahankan citra merek lembaga pendidikan merupakan elemen penting dalam meningkatkan keunggulan kompetitif suatu lembaga (Ahmad & Ali, 2022).

Tingkat mutu layanan pendidikan merupakan faktor yang penting untuk menciptakan citra positif di mata wali santri pada khususnya dan masyarakat pada umumnya. Pihak lembaga harus mau mendengarkan apakah pelayanan yang diberikan telah sesuai dengan yang wali santri harapkan. Evaluasi kualitas pelayanan sangat penting dilakukan lembaga pendidikan terutama terkait bagaimana *output* sumber daya manusia yang kompeten dan profesional di bidang pendidikan (Prahesti et al., 2021).

Pengaruh Kepercayaan Terhadap Proses Keputusan Memilih

Kepercayaan mendorong calon wali santri untuk menentukan pilihan mereka pada suatu sekolah. Calon wali santri dengan kepercayaan tinggi pada lembaga akan merasa yakin bahwa lembaga memiliki kemampuan dalam mengembangkan pendidikan di masa depan. Wali santri merasa yakin dan percaya bahwa lembaga pendidikan tempat mereka belajar akan maju di bidang pendidikan, sehingga wali santri juga akan memiliki kemantapan untuk memilih (Juliana & Johan, 2020). Semakin tinggi tingkat kepercayaan pada sekolah tertentu, semakin tinggi pula minat, niat dan keputusan mereka untuk memilih sekolah tersebut sebagai tempat untuk menimba ilmu pengetahuan (Wiyata & Awaliah, 2019).

Pengaruh Citra Lembaga Terhadap Proses Keputusan Memilih

Citra sekolah bagi calon wali santri dapat menjadi bahan pertimbangan dalam proses keputusan memilih sekolah. Pemilihan pada sekolah dengan citra sekolah yang baik akan lebih diprioritaskan, karena sekolah dengan citra sekolah yang baik akan mendapat nilai positif. Dalam lembaga pendidikan wali santri berperan sebagai konsumen utama yang akan mempertimbangkan kualitas dan mutu yang terbaik dari sekolah yang akan dipilih

ENTREPRENEUR

Jurnal Bisnis Manajemen Dan Kewirausahaan

Program Studi Manajemen Fakultas Ekonomika dan Bisnis Universitas Majalengka

Published every January and July e-ISSN : (2776-2483), p-ISSN: 2723-1941

Available online <http://ejournal.unma.ac.id/index.php/entrepreneur>

sebagai tempat belajar (Krisbiyanto & Nadhifah, 2022). Kredibilitas dan citra sekolah akan membawa dampak baik bagi peningkatan jumlah peminat untuk memilih sekolah tertentu. Hal ini berarti semakin tinggi kredibilitas dan citra sekolah, semakin tinggi pula minat, niat serta proses keputusan untuk memilih (Hasan & Ass, 2020).

Kepercayaan dalam Memediasi Pengaruh Persepsi Kualitas Layanan Pendidikan Terhadap Proses Keputusan Memilih

Pemberian layanan prima pada lembaga pendidikan merupakan modal utama bagi organisasi jasa pendidikan. Layanan prima akan berdampak pada peningkatan kepercayaan dan proses keputusan memilih pada diri wali santri. Prinsip tata kelola lembaga yang diterapkan secara baik dan konsisten akan membentuk kepercayaan publik dan berdampak pada kemantapan memilih lembaga pendidikan. (Afiqoh, 2021). Meningkatnya kemantapan calon wali santri dalam memilih lembaga pendidikan tertentu dipengaruhi faktor kepercayaan terhadap lembaga yang telah memberikan layanan berkualitas.

Citra Lembaga dalam Memediasi Pengaruh Persepsi Kualitas Layanan Pendidikan Terhadap Proses Keputusan Memilih

Persepsi layanan pendidikan berpengaruh pada citra lembaga dan proses keputusan memilih lembaga pendidikan. Fokus utama penyedia layanan pendidikan harus diarahkan terhadap bagaimana pemberian layanan prima untuk meningkatkan kompetensi siswa. Pemberian layanan yang baik dan berkualitas akan menumbuhkan persepsi baik pada masyarakat terhadap lembaga (Hwang & Choi, 2019).

Lembaga pendidikan yang telah berhasil memberikan layanan berbeda dengan bentuk yang lebih baik dan kompleks ketimbang

lembaga pendidikan lain, akan memiliki citra yang berbeda juga di mata masyarakat dan akan membangkitkan keinginan yang tinggi untuk memilih lembaga pendidikan tersebut sebagai layanan mencari ilmu pengetahuan bagi generasi penerus mereka (Ahmad & Ali, 2022).

METODELOGI PENELITIAN

Desain penelitian memakai metode deskriptif dan metode verifikatif. Populasi pada penelitian ini adalah seluruh wali santri yang mewakili santri pada Pondok Pesantren Nurul Huda Kertawangunan Khusus jenjang SMPIT, MA dan SMAIT tahun pelajaran 2022/2023 yakni sebanyak 468 wali santri. Sampel responden wali santri yang mengisi kuesioner sebanyak 228 wali santri. Teknik analisis data yang digunakan adalah analisis SEM-PLS melalui aplikasi SmartPLS.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Tabel 2
Pengaruh Langsung Antar Variabel Laten

Pengaruh Variabel Langsung	Koefisien β	ρ Value	Hipotesis
Persepsi Kualitas Layanan Pendidikan -> Kepercayaan	0,789	0,000	Diterima
Persepsi Kualitas Layanan Pendidikan -> Proses Keputusan Memilih	0,088	0,399	Ditolak
Persepsi Kualitas Layanan Pendidikan -> Citra Lembaga	0,713	0,000	Diterima
Kepercayaan -> Proses Keputusan Memilih	0,114	0,252	Ditolak
Citra Lembaga -> Proses Keputusan Memilih	0,499	0,000	Diterima

Sumber: Perhitungan Model Struktural Yang Diolah

Tabel di atas merupakan hasil perhitungan pada pendekatan model struktural pengaruh langsung yang memuat nilai koefisien β dan ρ value atau nilai probabilitas. Setiap nilai koefisien β dan ρ value atau nilai probabilitas memiliki makna untuk mendefinisikan pengaruh secara langsung antar variabel laten. Interpretasi dari tabel tersebut diketahui bahwa pengaruh persepsi kualitas layanan pendidikan dengan kepercayaan menemukan nilai koefisien β

ENTREPRENEUR
Jurnal Bisnis Manajemen Dan Kewirausahaan
Program Studi Manajemen Fakultas Ekonomika dan Bisnis Universitas Majalengka
 Published every January and July e-ISSN : (2776-2483), p-ISSN: 2723-1941
 Available online <http://ejournal.unma.ac.id/index.php/entrepreneur>

sebesar 0,789 (positif) dan ρ value atau nilai probabilitas sebesar $0,000 < 0,05$ (signifikan). Hal ini berarti persepsi kualitas layanan pendidikan berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepercayaan.

Untuk pengaruh persepsi kualitas layanan pendidikan dengan proses keputusan memilih menemukan nilai koefisien β sebesar 0,088 (positif) dan ρ value sebesar $0,399 > 0,05$ (tidak signifikan). Hal ini berarti persepsi kualitas layanan pendidikan berpengaruh positif dan tidak signifikan terhadap proses keputusan memilih.

Dalam hal kualitas layanan pendidikan dan citra lembaga menemukan nilai koefisien β sebesar 0,713 (positif) dan ρ value atau nilai probabilitas sebesar $0,000 < 0,05$ (signifikan). Hal ini berarti persepsi kualitas layanan pendidikan berpengaruh positif dan signifikan terhadap citra lembaga.

Kepercayaan terhadap proses keputusan memilih menemukan nilai

Dari tabel tersebut diketahui hasil perhitungan nilai VAF secara lengkap dengan rumus sebagai berikut:

$$VAF = \frac{\text{Pengaruh Tidak Langsung}}{\text{Pengaruh Total}} = \frac{0,090}{0,549 + 0,090} = \frac{0,090}{0,639} = 0,141 = 14,1\%$$

Sehingga diketahui hasil perhitungan nilai VAF tertera sebesar 14,1% (nilai VAF dibawah 20%). Hal ini menunjukkan bahwa kepercayaan tidak mampu memediasi pengaruh persepsi kualitas layanan pendidikan terhadap proses keputusan memilih.

Begitupun untuk hasil perhitungan nilai VAF tertera sebesar 39,3% (nilai VAF terletak antara 20% - 80%).

Hal ini menunjukkan bahwa citra lembaga mampu memediasi secara parsial pengaruh persepsi kualitas layanan pendidikan terhadap proses keputusan memilih.

koefisien β sebesar 0,114 (positif) dan ρ value atau nilai probabilitas sebesar $0,252 > 0,05$ (tidak signifikan). Hal ini berarti kepercayaan berpengaruh positif dan tidak signifikan terhadap proses keputusan memilih.

Begitupun citra lembaga terhadap proses keputusan memilih menemukan nilai koefisien β sebesar 0,499 (positif) dan ρ value atau nilai probabilitas sebesar $0,000 < 0,05$ (signifikan). Hal ini berarti citra lembaga berpengaruh positif dan signifikan terhadap proses keputusan memilih.

Tabel 3
Pengaruh Mediasi Variabel Laten

Pengaruh Variabel Mediasi	Koefisien β	Keterangan
Persepsi Kualitas Layanan Pendidikan -> Kepercayaan -> Proses Keputusan Memilih	0,789	Pengaruh Tidak Langsung $0,789 \times 0,114 = 0,090$
Persepsi Kualitas Layanan Pendidikan -> Citra Lembaga -> Proses Keputusan Memilih	0,713	Pengaruh Tidak Langsung $0,713 \times 0,499 = 0,356$
Persepsi Kualitas Layanan Pendidikan -> Proses Keputusan Memilih	0,549	Pengaruh Langsung 0,549

Sumber: Perhitungan Model Struktural Yang Diolah

SIMPULAN DAN IMPLIKASI

Setelah dilakukan penelitian pada pengujian persepsi kualitas layanan pendidikan berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepercayaan. Pengaruh positif memberikan makna pengaruh yang searah, artinya semakin baik persepsi wali santri terhadap kualitas layanan pendidikan yang diberikan, semakin baik pula tingkat kepercayaan yang tumbuh pada diri wali santri. Sebaliknya semakin kurang baik persepsi wali santri terhadap kualitas layanan pendidikan yang diberikan, semakin rendah pula tingkat kepercayaan yang tumbuh pada diri wali santri, ketika persepsi kualitas layanan pendidikan berpengaruh positif dan tidak signifikan terhadap proses keputusan memilih. Makna tidak signifikan berarti bahwa tinggi rendahnya persepsi kualitas layanan yang diberikan bukanlah merupakan faktor utama yang menjadi dasar bagi

ENTREPRENEUR

Jurnal Bisnis Manajemen Dan Kewirausahaan

Program Studi Manajemen Fakultas Ekonomika dan Bisnis Universitas Majalengka

Published every January and July e-ISSN : (2776-2483), p-ISSN: 2723-1941

Available online <http://ejournal.unma.ac.id/index.php/entrepreneur>

keputusan wali santri dalam memilih pondok pesantren.

Begitu halnya mengenai persepsi kualitas layanan pendidikan berpengaruh positif dan signifikan terhadap citra lembaga. Makna pengaruh positif adalah pengaruh yang searah. Hal ini menunjukkan bahwa semakin baik persepsi wali santri terhadap kualitas layanan pendidikan yang diberikan, maka semakin baik pula citra lembaga tumbuh pada benak wali santri. Sebaliknya semakin buruk persepsi wali santri terhadap kualitas layanan pendidikan yang diberikan, semakin buruk pula citra lembaga tumbuh pada benak wali santri.

Kepercayaan berpengaruh positif dan tidak signifikan terhadap proses keputusan memilih. Tidak signifikan berarti tinggi rendahnya kepercayaan pada diri wali santri tidak berdampak pada tinggi rendahnya keputusan wali santri dalam memilih pondok pesantren.

Citra lembaga berpengaruh positif dan signifikan terhadap proses keputusan memilih. Pengaruh positif menunjukkan pengaruh yang searah, artinya semakin baik citra lembaga yang tumbuh pada benak wali santri, maka semakin tinggi pula kemandirian wali santri dalam pengambilan keputusan memilih pondok pesantren. Sebaliknya semakin buruk citra lembaga pada benak wali santri, maka semakin rendah pula kemandirian wali santri dalam proses keputusan memilih pondok pesantren.

Kepercayaan tidak mampu memediasi pengaruh persepsi kualitas layanan pendidikan terhadap proses keputusan memilih. Hal ini berarti bahwa tingkat kepercayaan pada diri wali santri tidak mampu menjadi perantara pada hubungan persepsi kualitas layanan pendidikan terhadap proses keputusan memilih.

Berbeda pada saat citra Lembaga berperan dalam memediasi secara parsial pengaruh persepsi kualitas layanan pendidikan terhadap proses keputusan memilih. Hal ini bermakna semakin baik persepsi wali santri terhadap kualitas layanan pendidikan yang diberikan, semakin baik citra lembaga dan semakin tinggi pula kemandirian wali santri dalam pengambilan keputusan memilih pondok pesantren dan sebaliknya.

Pada implikasinya Pondok Pesantren Nurul Huda perlu menjadi bahan pertimbangan manajemen yakni upaya penambahan dan perbaikan. Penambahan fasilitas berorientasi pada pembangunan gedung baru dan pembelian sarana prasarana peralatan pembelajaran, agar wali santri menjadi lebih percaya dan memiliki persepsi atau citra yang lebih positif terhadap lembaga. Gedung yang nyaman dan peralatan pendidikan yang mendukung sangat diharapkan wali santri untuk menunjang proses belajar santri.

Kemudian Pondok Pesantren Nurul Huda perlu dipertimbangkan Kembali mengenai pemberian pelatihan dan pengembangan secara konsisten dapat dilakukan pihak yayasan untuk meningkatkan kompetensi staff pengajar. Kompetensi pengajar merupakan sumber daya lembaga yang paling berharga dibandingkan dengan sumber daya lainnya bahkan dengan gedung dan peralatan yang bagus sekalipun. Harapan wali santri adalah nilai tambah pada santri setelah belajar di Pondok Pesantren Nurul Huda. Wali santri lebih memandang ketika menemui staff pengajar yang lebih mumpuni pada suatu lembaga Pondok Pesantren, wali santri akan tertarik untuk menitipkan dan menyekolahkan anak mereka pada Pondok Pesantren tersebut.

ENTREPRENEUR

Jurnal Bisnis Manajemen Dan Kewirausahaan

Program Studi Manajemen Fakultas Ekonomika dan Bisnis Universitas Majalengka

Published every January and July e-ISSN : (2776-2483), p-ISSN: 2723-1941

Available online <http://ejournal.unma.ac.id/index.php/entrepreneur>

DAFTAR PUSTAKA

- Afiqoh, N. W. (2021). Good University Governance to Improve Student Service and Trust. *Journal Universitas Muhammadiyah Gresik Engineering, Social Science, and Health International Conference (UMGESHC)*, 1(1), 62. <https://doi.org/10.30587/umgeshic.v1i1.2472>
- Ahmad, S., & Ali, M. H. (2022). Institutional Service Quality, Word of Mouth and Institutional Image: An Empirical Study of Pakistani Universities Shakeel Ahmad 1, Muhammad Hasnain Ali 2. *Journal of Policy Research*, 8(1), 18–30.
- Andrian. (2022). *Perilaku Konsumen*. Malang: Rena Cipta Mandiri.
- Augusty, F. (2016). *Metode Penelitian Manajemen*. Semarang: Badan Penerbit Universitas Diponegoro.
- Cavanagh, A. J., Chen, X., Bathgate, M., Frederick, J., Hanauer, D. I., & Graham, M. J. (2018). Trust, growth mindset, and student commitment to active learning in a college science course. *CBE Life Sciences Education*, 17(1), 1–8. <https://doi.org/10.1187/cbe.17-06-0107>
- Chalil, R. D. (2020). *Brand, Islamic Branding & Rebranding. Peran Strategi Merek dalam Menciptakan Daya Saing Industri dan Bisnis Global*. Jakarta: RajaGrafindo Persada.
- Chikazhe, L., Makanyeza, C., & Kakava, N. Z. (2020). The effect of perceived service quality, satisfaction and loyalty on perceived job performance: perceptions of university graduates. *Journal of Marketing for Higher Education*, 0(0), 1–18. <https://doi.org/10.1080/1070551X.2020.1811111>
- Dwi Astuti, A. (2021). Fasilitas, Harga, Kualitas Pendidikan, Dan Lokasi Sebagai Determinan Proses Keputusan Siswa Memilih Jasa Pendidikan Di SMK Muhammadiyah Imogiri (Studi Kasus Pada Jurusan Tata Busana). *Jurnal Administrasi Dan Manajemen*, 10(2), 134–140. <https://doi.org/10.52643/jam.v10i2.1128>
- Erinawati, F., & Syafarudin, A. (2021). Pengaruh Kualitas Pelayanan, Harga, Promosi Terhadap Proses Keputusan Memilih. *Jurnal Valuasi: Jurnal Ilmiah Ilmu Manajemen Dan Kewirausahaan*, 1(1), 130–146. <https://doi.org/10.46306/vls.v1i1.10>
- Fahham, A. M. (2020). *Pendidikan Pesantren Pola Pengasuhan, Pembentukan Karakter dan Perlindungan Anak*. Jakarta: Publica Institute.
- Fathan. (2019). Pengaruh Kepercayaan Terhadap Proses Keputusan Memilih Siswa. *Jurnal Pendidikan Indonesia*. Volume 3. Nomor 4. Tahun 2019
- Ghobehei, M., Sadeghvaziri, F., & Ebrahimi, E. (2019). The effects of perceived brand orientation and perceived service quality in the higher education sector. *Eurasian Business Review*, 0123456789. <https://doi.org/10.1007/s40821-018-00115-4>
- Hartono, J. (2017). *Metodologi Penelitian Bisnis Salah Kaprah dan Pengalaman-Pengalaman*. Yogyakarta: BPFPE.
- Hasan, A., & Ass, S. B. (2020). Pengaruh Citra Sekolah dan Kualitas Tenaga Pengajar terhadap Proses Keputusan Peserta Didik dalam Memilih Sekolah Musik Yamaha Indonesia di Kota Makassar. *Jurnal BRAND*, 2(1), 79–

ENTREPRENEUR

Jurnal Bisnis Manajemen Dan Kewirausahaan

Program Studi Manajemen Fakultas Ekonomika dan Bisnis Universitas Majalengka

Published every January and July e-ISSN : (2776-2483), p-ISSN: 2723-1941

Available online <http://ejournal.unma.ac.id/index.php/entrepreneur>

88.
<https://ejournals.umma.ac.id/index.php/brand>
- Hwang, Y.-S., & Choi, Y. K. (2019). Higher education service quality and student satisfaction, institutional image, and behavioral intention. *Social Behavior and Personality: An International Journal*, 47(2), 1–12. <https://doi.org/10.2224/sbp.7622>
- Juliana, J., & Johan, J. (2020). Pengaruh *brand image* terhadap proses keputusan memilih universitas dengan *brand trust* sebagai variabel intervening. *Journal of Business and Banking*, 9(2), 229. <https://doi.org/10.14414/jbb.v9i2.1978>
- Karno, E. (2019). *Mutu Pendidikan dan Inovasi Pembelajaran*. Kendari: UHO EduPress.
- Krisbiyanto, A., & Nadhifah, I. (2022). Pengaruh Lokasi dan Citra Sekolah Terhadap Proses Keputusan Siswa Memilih Sekolah di Sekolah Menengah Atas Negeri. *Academicus: Journal of Teaching and Learning*, 1(1), 20–31. <http://digilib.unimed.ac.id/41164/>
- Manshuruddin. (2021). *Pendidikan Karakter Berbasis Kultur Pesantren Modern*. Sumatra Barat: Azka Pustaka.
- Margono. (2016). *Metodologi Penelitian Pendidikan*. Jakarta : Rineka Cipta.
- Mukhsin, M. (2022). *Membangun Kualitas Hubungan Rantai Pasokan*. Bandung: Media Sains Indonesia.
- Nurmawati. (2019). *Perilaku Konsumen & Keputusan Pembelian*. Malang: Media Nusa Creative.
- Nursaid, Purnomo, S. H., & Qomariah, N. (2020). *The Impact of Service Quality and Institutional Image on the Satisfaction and Loyalty of Master of Management Students*. 436, 156–161. <https://doi.org/10.2991/assehr.k.200529.033>
- Peter, J. Paul & Jerry C. Olson. (2018). *Customer Behavior & Marketing Strategy (Perilaku Konsumen & Strategi Pemasaran)*. Edisi Kesembilan. Cetakan Pertama. Jakarta: Salemba Empat.
- Pham, L., Limbu, Y. B., Bui, T. K., Nguyen, H. T., & Pham, H. T. (2019). Does e-learning service quality influence e-learning satisfaction and loyalty? Evidence from Vietnam. *International Journal of Educational Technology in Higher Education*, 16(1). <https://doi.org/10.1186/s41239-019-0136-3>
- Prahesti, R. T., Ruliana, P., & Subarsa, K. Y. (2021). Kualitas Pelayanan Akademik Terhadap Citra Perguruan Tinggi. *Jurnal Ilmu Sosial Dan Humaniora*, 0913, 234–244.
- Qalifa (2021). Pengaruh Persepsi Kualitas Layanan terhadap Kepercayaan Siswa dengan Reputasi Lembaga Pendidikan sebagai Variabel Mediasi. *Jurnal Bisnis dan Manajemen*. Volume 8 Nomor 1, <https://doi.org/10.1583/83311895.2021.1867119>
- Rahayu, S. (2021). *Strategi Meningkatkan Loyalitas Sikap & Loyalitas Pembelian*. Indramayu: Adanu Abimata.
- Rufial. (2021). Pengaruh Citra Lembaga Biaya Dan Lokasi Pendidikan Terhadap Proses Pengambilan Keputusan Masuk Perguruan Tinggi pada Mahasiswa Program Studi Manajemen S1 - STIE Swasta Terakreditasi B LLDIKTI Wilayah III Di DKI Jakarta. *IKRAITH- Ekonomika*, 5(1), 142–151.

ENTREPRENEUR

Jurnal Bisnis Manajemen Dan Kewirausahaan

Program Studi Manajemen Fakultas Ekonomika dan Bisnis Universitas Majalengka

Published every January and July e-ISSN : (2776-2483), p-ISSN: 2723-1941

Available online <http://ejournal.unma.ac.id/index.php/entrepreneur>

- Sa'adah, L. (2020). *Kualitas Layanan, Harga dan Citra Merk Serta Pengaruhnya Terhadap Kepuasan Konsumen*. Jombang: LPPM Universitas KH. A Wahab Hasbullah.
- Santoso, P. I. (2018). *Metode Penelitian Kuantitatif: Pengembangan Hipotesis dan Pengujiannya Menggunakan SmartPLS*. Yogyakarta: Andi.
- Saragi, C. P., Simanjuntak, R. F., & Muharman, D. (2020). Peubah Kepercayaan Merek Melampaui Kausalitas Persuasi Pemasar Pada Proses Keputusan Memilih Berkuliah. *Bricolage: Jurnal Magister Ilmu Komunikasi*, 6(01), 065. <https://doi.org/10.30813/bricolage.v6i01.2068>
- Sari, A. R. P. (2020). *Kepercayaan Pelanggan di antara Hubungan Citra Perusahaan dan Kewajaran Harga dengan Loyalitas Pelanggan Mapemall.com*. Klaten: Lakeisha.
- Shinta, Agustina (2020). *Manajemen Pemasaran*. Malang: Universitas Brawijaya.
- Singh, S., & Jasial, S. S. (2021). Moderating effect of perceived trust on service quality–student satisfaction relationship: evidence from Indian higher management education institutions. *Journal of Marketing for Higher Education*, 31(2), 280–304. <https://doi.org/10.1080/08841241.2020.1825029>
- Sudarsono, Heri (2020). *Manajemen Pemasaran*. Jember: Pustaka Abadi.
- Sugiyono. (2019). *Metode Penelitian Pendidikan (Kuantitatif, Kualitatif Kombinasi, R&D dan Penelitian Pendidikan)*. Bandung: Alfabeta.
- Syafiq. (2019). Pengaruh Kualitas Layanan Pendidikan Tinggi Terhadap Proses Keputusan Mahasiswa Memilih. *Jurnal Manajemen Bisnis*. Volume 5. Nomor 7. Tahun 2019.
- Triwiyanto, T. (2021). *Pengantar Pendidikan*. Jakarta: Bumi Aksara.
- Umar, H. (2015). *Metode Penelitian Untuk Skripsi dan Tesis*. Jakarta: RajaGrafindo Persada.
- Widarjono, A. (2016). *Analisis Multivariat Terapan: Dengan Program SPSS, Amos, dan SmartPLS (Edisi Kedu)*. Yogyakarta: UPP STIM YKPN.
- Wahyudi, W. (2020). *Pendidikan Karakter Di Era Milenial*. Yogyakarta: Deepublish.
- Wardhana, A. (2022). *Perilaku Konsumen (Teori dan Implementasi)*. Bandung: Media Sains Indonesia.
- Warnadi & Aris Triyono. (2019). *Manajemen Pemasaran*. Yogyakarta: Deepublish.
- Warsito, C. I. S. D. D. W. (2022). *Membranding Bank Syariah Melalui Citra, Standarisasi dan Niat Merekomendasikan*. Malang: Literasi Nusantara Abadi.
- Wibowo, Ratna Andi (2019). *Manajemen Pemasaran*. Semarang: Penerbit Universitas Semarang.
- Wirjawan, T. W., Kusuma, R. W., & Guntur, M. (2021). Pengaruh Promosi, Lokasi, dan Kualitas Pelayanan Terhadap Proses Keputusan Mahasiswa Memilih Universitas Pelita Bangsa. *Jurnal Pelita Ilmu*, 15(02), 146–153.
- Wiyata, M. T., & Awaliah, N. N. (2019). Pengaruh Budaya Dan Kepercayaan Merek Terhadap Proses Pengambilan Keputusan Mahasiswa Memilih Kuliah Di Institut Manajemen Wiyata Indonesia. *Cakrawala*, 2(April), 32–46.
- Yolanda, A. N. N. A. S. (2021). *Peranan Hubungan Masyarakat dalam Membangun Citra Perusahaan*.

ENTREPRENEUR

Jurnal Bisnis Manajemen Dan Kewirausahaan

Program Studi Manajemen Fakultas Ekonomika dan Bisnis Universitas Majalengka

Published every January and July e-ISSN : (2776-2483), p-ISSN: 2723-1941

Available online <http://ejournal.unma.ac.id/index.php/entrepreneur>

Sumatera Utara: Cattleya Darmaya

Fortuna.

Yusnita. (2019). *Pola Perilaku Konsumen dan Produsen*. Semarang: Alprin.