

Pengaruh Lokasi Dan Fasilitas Sekolah Terhadap Keputusan Pemilihan Sekolah Yang Dimediasi Promosi Pada Sekolah Menengah Atas Muhammadiyah 8 Gresik

Dwi Kristanto¹ Rahmat Agus Santoso²

dewi@gmail.com^{1*}

Program Pascasarjana Universitas Muhammadiyah Gresik, Indonesia^{1,2}

Abstrak

Penelitian ini dilakukan untuk mengetahui hal yang mempengaruhi keputusan pemilihan sekolah. Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis pengaruh lokasi dan fasilitas sekolah terhadap keputusan pemilihan sekolah dengan promosi sebagai variabel mediasi di SMA Muhammadiyah 8 Gresik. Jenis penelitian yang digunakan dalam penelitian ini adalah penelitian kuantitatif deduktif. Populasi dalam penelitian ini adalah 328 peserta didik dengan sampel 180 peserta didik SMA Muhammadiyah 8 Gresik. Hasil penelitian menunjukkan bahwa lokasi tidak berpengaruh terhadap keputusan pemilihan sekolah dengan nilai t-statistik 1.512 dan nilai p-value yaitu 0.131, fasilitas Sekolah memiliki pengaruh positif signifikan terhadap Keputusan Pemilihan Sekolah dengan nilai t-statistik 4.419 dan nilai p-values yaitu 0.000, lokasi memiliki pengaruh positif signifikan terhadap promosi dengan nilai t statistik 3.211 dan p-value sebesar 0.001, fasilitas Sekolah memiliki pengaruh positif signifikan terhadap promosi dengan nilai t statistik 5.648 dan p-value sebesar 0.000, Promosi memiliki pengaruh positif signifikan terhadap keputusan pemilihan sekolah dengan nilai t statistik 8.824 dan nilai p-value yaitu 0.000, lokasi memiliki pengaruh positif signifikan terhadap Keputusan Pemilihan Sekolah melalui promosi dengan nilai t-statistik sebesar 3.459 dan p-values sebesar 0.001, fasilitas Sekolah memiliki pengaruh positif signifikan terhadap Keputusan Pemilihan Sekolah melalui promosi dengan nilai t-statistik 3.923 dan p-value sebesar 0.000. Dari hasil penelitian ini diharapkan SMA Muhammadiyah 8 Gresik memanfaatkan lokasi strategis sebagai bagian dari strategi promosi, terus berinvestasi dalam fasilitas yang mendukung pembelajaran dan kenyamanan peserta didik, serta memastikan bahwa promosi mereka tidak hanya menjangkau calon peserta didik yang lebih luas, tetapi juga menyampaikan keunggulan-keunggulan sekolah secara jelas dan menarik.

Kata Kunci: *Leadership, Knowledge Management, Transformational Leadership*

 This work is licensed under a [Creative Commons Attribution 4.0 International License](https://creativecommons.org/licenses/by/4.0/).

Pendahuluan

Pendidikan merupakan usaha sadar dan terencana untuk mewujudkan suasana belajar dan proses pembelajaran agar peserta didik aktif mengembangkan potensi dirinya untuk memiliki kekuatan spiritual keagamaan, pengendalian diri, kepribadian, kecerdasan, akhlak mulia, serta keterampilan yang diperlukan dirinya, masyarakat, bangsa dan negara. (Krisbiyanto & Nadhifah, 2022).

Salah satu cara dalam memperoleh pendidikan dapat ditempuh di dalam Sekolah Menengah Atas (SMA). Hingga saat ini, Sekolah Menengah Atas masih menjadi salah satu pilihan sebagai sekolah lanjutan dalam dunia pendidikan, hal ini dikarenakan dalam SMA mengajarkan pengetahuan yang lebih difokuskan sesuai dengan minat peserta didik sebagai bekal nanti saat melanjutkan pendidikan tinggi. (Hasanah, 2020)

Banyak faktor yang mempengaruhi keputusan untuk melanjutkan sekolah antara lain lokasi sekolah, fasilitas sekolah, dan promosi. Maka pentingnya pemasaran dalam lembaga pendidikan, dengan melaksanakan program promosi, pihak sekolah perlu meyakinkan masyarakat bahwa sekolah yang masih memiliki eksistensi. Juga manajemen sekolah perlu meyakinkan masyarakat, pendidikan yang dilakukan sesuai dengan kebutuhan mereka, serta perlu melakukan promosi sebagai jasa pendidikan agar eksistensi terus dapat dipertahankan, atau sekolah yang dimiliki tidak ditinggalkan oleh masyarakat. Mengingat disekitarnya ada persaingan yang nyata. (Fonna & konadi, 2023)

Salah satu faktor yang selama ini dianggap sebagai penentuan penerimaan peserta didik baru yaitu lokasi sekolah. Lokasi mengacu pada berbagai aktivitas pemasaran yang berusaha memperlancar dan mempermudah penyampaian atau penyaluran barang dan jasa dari produsen kepada konsumen. Lokasi adalah keputusan yang dibuat perusahaan atau instansi pendidikan berkaitan dengan dimana operasi dan stafnya akan ditempatkan. (Fadli, 2020)

Selain lokasi, faktor lain yang menjadi penentu keputusan pemilihan sekolah adalah fasilitas sekolah. Dalam dunia pendidikan, fasilitas memiliki peran yang penting. Fasilitas sekolah adalah sarana dan prasarana pendidikan yang dapat digunakan oleh peserta didik dan guru untuk mencapai tujuan pembelajaran. Fasilitas sekolah yang lengkap dan memadai dapat membantu menciptakan lingkungan belajar yang mendukung perkembangan anak. (Nugroho, 2023)

Selain itu, promosi juga menjadi faktor yang cukup penting dalam Keputusan pemilihan sekolah. Promosi jasa pendidikan yang digunakan dengan cara yang efektif dan efisien akan dapat mempengaruhi seseorang untuk mengambil keputusan sehingga sekolah akan lebih mudah untuk memperoleh para peserta didik baru dengan standar alokasi yang ditetapkan sekolah, produk jasa pendidikan sangat membantu seseorang untuk mengambil keputusan dalam memilih sekolah. (Fauzi & Kartiko, 2023).

Dari data yang ada terdapat fenomena dalam penerimaan peserta didik baru SMA Muhammadiyah 8 Gresik. Dimana selama 3 tahun terakhir terjadi penurunan peserta didik yang memilih bersekolah di SMA Muhammadiyah 8 Gresik. Di tahun pelajaran 2022-2023 jumlah peserta didik baru yang mendaftar sebanyak 125 peserta didik. Di tahun pelajaran 2023-2024 mengalami penurunan yaitu hanya 117 peserta didik. Di tahun Pelajaran 2024-2025 kembali mengalami penurunan menjadi 86 peserta didik. Hal ini tentunya menjadi masalah bagi SMA Muhammadiyah 8 Gresik dalam Upaya menjaga eksistensi sekolah. Penerimaan peserta didik baru merupakan tulang punggung bagi keberlangsungan dan pertumbuhan sekolah swasta. Proses ini tidak hanya sekadar mendaftarkan peserta didik

baru, tetapi juga menjadi sarana untuk menjaga kualitas pendidikan, meningkatkan reputasi sekolah, dan memastikan keberlanjutan finansial.

1. Keputusan Pemilihan

Schiffman dan Kanuk dalam, Sumarwan (2020:357) mendefinisikan suatu keputusan sebagai pemilihan suatu tindakan dari dua atau lebih pilihan alternatif. Seorang konsumen yang hendak melakukan pilihan maka ia harus memiliki pilihan alternatif.

2. Lokasi

Simammora (2023) menyatakan lokasi adalah tempat dimana kegiatan operasional usaha bisnis dilakukan. Lokasi yang strategis menjadi salah satu faktor penting yang mempengaruhi keputusan memilih. Seseorang cenderung memilih lokasi yang mudah dijangkau dibandingkan lokasi yang sulit untuk menjangkaunya karena jauh. Lokasi dengan kemudahan akses dapat memberikan manfaat berupa efisiensi waktu dan tenaga.

3. Fasilitas Sekolah

Hartanto & Sukartono (2022) menyatakan bahwa fasilitas sekolah adalah peralatan atau perlengkapan yang secara langsung digunakan untuk menunjang proses pendidikan, khususnya proses belajar mengajar, seperti gedung sekolah, ruangan kelas, meja, kursi, serta alat-alat yang digunakan sebagai media pembelajaran.

4. Promosi

Buchari Alma dan Ratih Huriyati (dalam Mahbub, 2020) menyatakan bahwa promosi adalah suatu bentuk komunikasi pemasaran yang merupakan aktivitas pemasaran yang berusaha menyebarkan informasi, mempengaruhi/membujuk, mengingatkan pasar sasaran atas perusahaan dan produknya agar bersedia menerima, membeli dan loyal pada produk yang ditawarkan perusahaan yang bersangkutan..

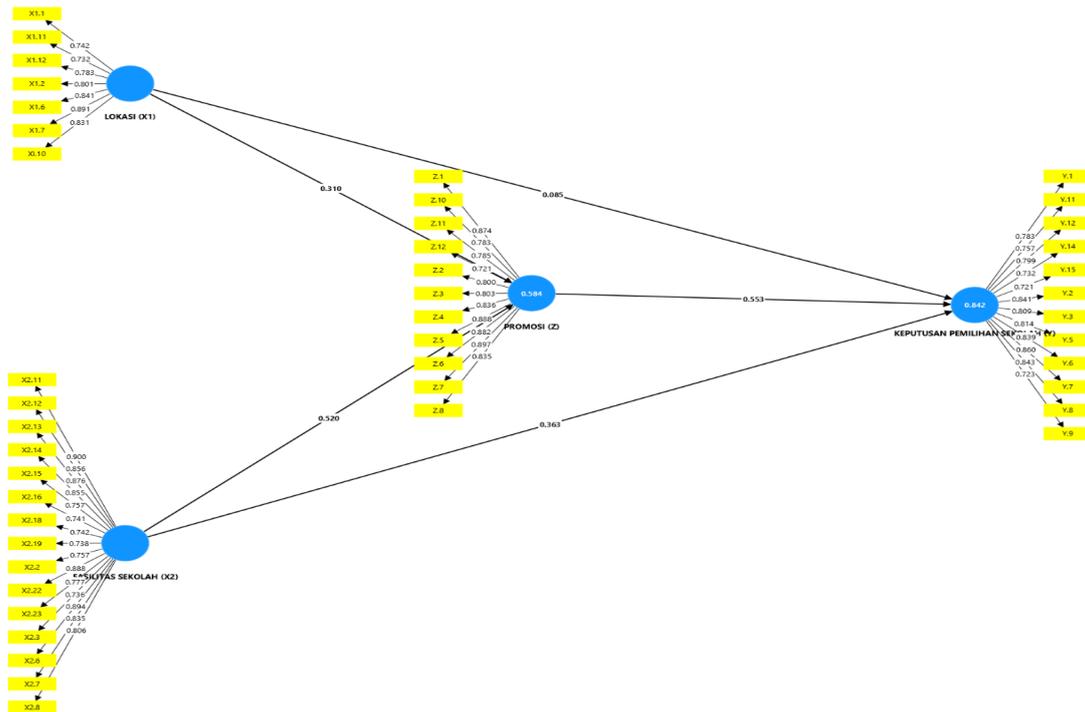
Metodologi Penelitian

Penelitian ini menggunakan metode kuantitatif. Pendekatan ini bertujuan menghasilkan temuan berdasarkan penerapan prosedur statistik yang terukur. Metode ini dipilih dalam penelitian ini karena setiap variabel yang dianalisis dapat diukur secara terstruktur. Dalam penelitian ini, populasi yang menjadi target adalah seluruh peserta didik SMA Muhammadiyah 8 Gresik tahun pelajaran 2024 – 2025 yang berjumlah 328 peserta didik dengan sampel 180 peserta didik.

Metode pengumpulan data penelitian dilaksanakan secara daring (online) menggunakan instrumen kuesioner yang dikembangkan melalui platform Google Form dan didistribusikan kepada seluruh responden menggunakan media komunikasi WhatsApp sebagai sarana penyebaran instrumen.

Dalam penelitian ini, pengolahan dan penyajian data dengan menggunakan Partial Least Square (PLS). PLS merupakan model persamaan Structural Equation Modeling (SEM) dengan pendekatan berdasarkan Variance atau component based structural equation modeling. Pemodelan persamaan struktural yang sering disebut Partial Squares Structural Equation Modeling (PLS-SEM) dengan SmartPLS.

HASIL DAN PEMBAHASAN



Gambar1: 1.1. Uji Validitas Konvergen (Convergent Validity)

Tabel 1: Uji Validitas Diskriminan

Variabel	Lokasi (X1)	Fasilitas Sekolah (X2)	Keputusan Pemilihan Sekolah (Y)	Promosi (Z)
X1.1	0.742			
X1.2	0.801			
X1.6	0.841			
X1.7	0.891			
X1.10	0.831			
X1.11	0.732			
X1.12	0.783			
X2.2		0.757		
X2.3		0.736		
X2.6		0.894		
X2.7		0.835		
X2.8		0.806		
X2.11		0.900		

Variabel	Lokasi (X1)	Fasilitas Sekolah (X2)	Keputusan Pemilihan Sekolah (Y)	Promosi (Z)
X2.12		0.856		
X2.13		0.876		
X2.14		0.855		
X2.15		0.757		
X2.16		0.741		
X2.18		0.742		
X2.19		0.738		
X2.22		0.888		
X2.23		0.777		
Y.1			0.783	
Y.2			0.841	
Y.3			0.809	
Y.5			0.814	
Y.6			0.839	
Y.7			0.860	
Y.8			0.843	
Y.9			0.723	
Y.11			0.757	
Y.12			0.799	
Y.14			0.732	
Y.15			0.721	
Z.1				0.874
Z.2				0.800
Z.3				0.803
Z.4				0.836
Z.5				0.888
Z.6				0.882
Z.7				0.897

Variabel	Lokasi (X1)	Fasilitas Sekolah (X2)	Keputusan Pemilihan Sekolah (Y)	Promosi (Z)
Z.8				0.835
Z.10				0.783
Z.11				0.785
Z.12				0.721

Berdasarkan informasi yang tertera, dapat dilihat bahwa seluruh nilai untuk setiap indikator atau outer loading melebihi nilai ambang batas 0,7. Di samping itu, nilai AVE untuk tiap variabel tercatat lebih tinggi dari 0,5. Hal ini menunjukkan bahwa setiap variabel memiliki tingkat discriminant validity yang memadai. Oleh karena itu, seluruh item indikator memenuhi kriteria validitas konvergen, yang berarti analisis berikutnya dapat dilaksanakan tanpa hambatan (Ghozali & Latan, 2020). Hasil uji validitas konvergen terhadap variabel Lokasi (X1), Fasilitas Sekolah (X2), Mediasi (Z), dan Keputusan Pemilihan Sekolah (Y) dengan model pengukuran reflektif diperoleh nilai loading factor dari indikator lebih dari 0,700 sehingga indikator dari variabel telah memenuhi validitas konvergen (Ghozali & Latan, 2020).

Tabel 2: Uji Keباikan Model (Goodnes of Fit)

Variabel	R-square
Promosi (Z)	0.584
Keputusan Pemilihan Sekolah (Y)	0.842

Berdasarkan dari tabel diatas, dapat diketahui bahwasanya nilai bagi variabel keputusan pemilihan sekolah adalah 0,842. Hal ini menyatakan bahwa presentasi untuk keputusan pemilihan sekolah adalah 84,2%. Sedangkan nilai bagi variabel promosi adalah 0,584. Hal ini menyatakan bahwa presentasi untuk promosi adalah 58,4%. Penilaian goodness of fit diamati dari nilai Q-Square. Nilai Q-Square arti yang setara bersama coefficient determination (R-Square) di dalam analisis regresi, dimana makin tingginya Q-Square maka bisa dinyatakan makin baik. Adapun hasil perhitungan nilai Q- Square yakni:

$$\begin{aligned}
 \text{Q-Square} &= 1 - [(1 - RY) \times (1 - RZ)] \\
 &= 1 - [(1 - 0,842) \times (1 - 0,584)] \\
 &= 1 - (0,158 \times 0,416) \\
 &= 1 - 0,065728 \\
 &= 0,934272
 \end{aligned}$$

Berdasarkan hasil perhitungan diatas, didapatkan nilai Q-Square adalah 0,934272 artinya memperlihatkan besar keragaman dari data penelitian yang bisa dipengaruhi oleh model penelitian yakni sejumlah 93,43%. Sementara itu sisanya sejumlah 6,57 % diberikan penjelasannya oleh faktor lainnya yang terdapat pada luar model penelitian. Nilai R - Square Keputusan pemilihan sekolah (Y) 0,842 lebih dari nilai R-Square promosi (Z) 0,584, maka dinyatakan bahwa model ini bisa diterima.

T statistik dan Nilai probabilitas adalah alat yang berguna untuk menguji hipotesis. Jika t-statistik > 1,96 maka Ha diterima sehingga H0 ditolak. Selain itu, probabilitas digunakan dalam pengujian hipotesis, dan Ha diterima jika P-Value kurang dari 0,05. Berikut adalah hasil pengujian hipotesis menggunakan inner model

Tabel 3: Uji Pengaruh Langsung

HP	Variabel	Original Sample	T statistik (O/STDEV)	Nilai P (P Values)
1	Lokasi (X1) → Keputusan Pemilihan Sekolah (Y)	0.085	1.512	0.131
2	Fasilitas Sekolah (X2) → Keputusan Pemilihan Sekolah (Y)	0.363	4.419	0.000
3	Lokasi (X1) → Promosi (Z)	0.310	3.211	0.001
4	Fasilitas Sekolah (X2) → Promosi (Z)	0.520	5.648	0.000
5	Promosi (Z) → Keputusan Pemilihan Sekolah (Y)	0.553	8.284	0.000

Tabel 4: Uji Pengaruh Tidak Langsung

HP	Variabel	Original Sample	T statistik (O/STDEV)	Nilai P Values
6	Lokasi (X1) → Promosi (Z) → Keputusan Pemilihan Sekolah (Y)	0.171	3.459	0.001
7	Fasilitas Sekolah (X2) → Promosi (Z) → Keputusan Pemilihan Sekolah (Y)	0.288	3.923	0.000

Pembahasan:

1. Pengaruh antara Lokasi terhadap Keputusan Pemilihan Sekolah.

Hasilnya Original sample 0.085 bernilai positif karena diatas nol dan di bawah satu, nilai t statistik kurang dari nilai t tabel 1,960 yaitu 1.512 dan nilai P-Values yaitu 0.131 lebih dari 0,05 sehingga dinyatakan Lokasi tidak memiliki pengaruh signifikan terhadap Keputusan Pemilihan Sekolah. Hasil tersebut menunjukkan bahwa hipotesis pertama ditolak. Lokasi tidak memiliki pengaruh signifikan terhadap Keputusan Pemilihan Sekolah. SMA Muhammadiyah 8 perlu memperhatikan terkait kenyamanan peserta didik saat disekolah karena masih terdapat beberapa aspek yang perlu ditingkatkan untuk menciptakan lingkungan sekolah yang benar-benar nyaman dan mendukung kegiatan belajar mengajar.

2. Pengaruh antara Fasilitas Sekolah terhadap Keputusan Pemilihan Sekolah.

Hasilnya Original sample 0.363 bernilai positif karena diatas nol dan di bawah satu, nilai t statistik lebih dari nilai t tabel 1,960 yaitu 4.419 dan nilai P-Values yaitu 0.000 kurang dari 0,05 sehingga dinyatakan Fasilitas Sekolah memiliki pengaruh signifikan terhadap Keputusan Pemilihan Sekolah. Hasil tersebut menunjukkan bahwa hipotesis kedua diterima. semakin baik fasilitas sekolah yang tersedia, semakin besar kemungkinan sekolah tersebut menjadi pilihan peserta didik atau orang tua. Hal ini menunjukkan bahwa secara umum, responden merasa setuju bahwa fasilitas sekolah telah memenuhi kebutuhan mereka

3. Pengaruh antara Lokasi terhadap Promosi

Diperoleh nilai Original 0.310 bernilai positif karena diatas nol dan di bawah satu, nilai t statistik 3.211 lebih dari nilai t tabel 1,960 dan P-values sebesar 0.001 lebih dari 0,05 sehingga dinyatakan Lokasi memiliki pengaruh signifikan terhadap Promosi. Hasil tersebut menunjukkan bahwa hipotesis ketiga diterima. Lokasi memiliki pengaruh signifikan terhadap promosi. semakin strategis lokasi yang dimiliki oleh sekolah, semakin efektif pula promosi yang dapat dilakukan. SMA Muhammadiyah 8 Gresik merupakan salah satu sekolah yang mempunyai lokasi yang strategis. Hal ini tentunya memberikan keuntungan bagi sekolah dalam mendukung kegiatan promosi.

4. Pengaruh antara Fasilitas Sekolah terhadap Promosi

Diperoleh nilai Original 0.520 bernilai positif karena diatas nol dan di bawah satu, nilai t statistik 5.648 lebih dari nilai t tabel 1,960 dan P-values sebesar 0.000 kurang dari 0,05 sehingga dinyatakan Fasilitas Sekolah memiliki pengaruh signifikan terhadap promosi. Hasil tersebut menunjukkan bahwa hipotesis keempat diterima. Menggambarkan hubungan positif yang berarti semakin baik atau semakin intensif promosi yang dilakukan oleh sekolah, semakin besar kemungkinan keputusan pemilihan sekolah tersebut akan mendukungnya

5. Promosi terhadap Keputusan Pemilihan Sekolah

Hasilnya Original sample 0.553 bernilai positif karena diatas nol dan di bawah satu, nilai t statistik lebih dari nilai t tabel 1,960 yaitu 8.824 dan nilai P-Values yaitu 0.000 kurang dari 0,05 sehingga dinyatakan Promosi memiliki pengaruh signifikan terhadap Keputusan Pemilihan Sekolah. Hasil tersebut menunjukkan bahwa hipotesis kelima diterima. Menunjukkan adanya hubungan positif yang berarti semakin baik promosi yang dilakukan oleh sekolah, semakin besar pengaruhnya terhadap keputusan

pemilihan sekolah oleh calon peserta didik atau orang tua. Dengan kata lain, promosi yang efektif dapat meningkatkan daya tarik sekolah, yang pada akhirnya dapat memengaruhi keputusan masyarakat dalam memilih sekolah.

6. Lokasi terhadap Keputusan Pemilihan Sekolah melalui Promosi

Didapatkan original sample sebesar 0.171. Nilai T statistik sebesar 3.459 dan P-values sebesar 0.001. Nilai P-values kurang dari 0,05 dan nilai t statistic lebih dari t table ($t_{start} > 1,960$), maka terdapat pengaruh signifikan. Sehingga dinyatakan Lokasi memiliki pengaruh signifikan terhadap Keputusan Pemilihan Sekolah melalui promosi. Hasil tersebut menunjukkan bahwa hipotesis keenam diterima. Terdapat pengaruh mediasi penuh. Oleh karena itu pengaruh mediasi dari promosi dapat lebih meningkatkan keputusan pemilihan sekolah dibanding pengaruh langsung lokasi.

7. Fasilitas Sekolah terhadap Keputusan Pemilihan Sekolah melalui Promosi

Didapatkan nilai original sample 0.288. Nilai T statistik 3.923 dan P-values sebesar 0.000. Nilai P-values kurang dari 0,05 dan nilai T statistik lebih dari T table ($t_{start} > 1,960$), maka memiliki pengaruh. Sehingga dinyatakan Fasilitas Sekolah memiliki pengaruh signifikan terhadap Keputusan Pemilihan Sekolah melalui Promosi. Hasil tersebut menunjukkan bahwa hipotesis ketujuh diterima. Terdapat pengaruh mediasi secara parsial. Oleh karena itu pengaruh langsung fasilitas akan lebih diperhatikan terhadap keputusan pemilihan sekolah tanpa diperlukan aspek mediasi promosi

KESIMPULAN

Lokasi tidak berpengaruh terhadap keputusan pemilihan sekolah. Fasilitas sekolah memiliki pengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pemilihan sekolah. Lokasi memiliki pengaruh positif dan signifikan terhadap promosi. Fasilitas memiliki pengaruh positif dan signifikan terhadap promosi. Promosi memiliki pengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pemilihan sekolah. Lokasi berpengaruh tidak langsung secara positif dan signifikan terhadap keputusan pemilihan sekolah melalui promosi. Fasilitas sekolah berpengaruh tidak langsung secara positif dan signifikan terhadap keputusan pemilihan sekolah melalui promosi.

Referensi:

- Angelina, c. (2023). Pengaruh kualitas pelayanan, fasilitas dan lokasi terhadap keputusan memilih peserta didik pada smk strada daan mogot.
- Bukhori, m. (2023). Pengaruh kualitas pendidikan, promosi, dan lokasi terhadap keputusan mendaftar pada smk pelayanan pancasila kartasura-sukoharjo. 11(1).
- Cynthia, I. C., martono, t., & indriayu, m. (2020). Pengaruh fasilitas belajar dan motivasi belajar terhadap prestasi belajar mata pelajaran ekonomi peserta didik kelas xi iis di sma
- Fadli, a. (2020). Pengaruh lokasi dan fasilitas pendidikan terhadap keputusan memilih sekolah pada smk swasta teladan sumut-.

- Fanani, a., & syafrudin, t. (2024). Persuasive promotions: leveraging location proximity in college selection strategies for prospective students. *Indonesian journal of advanced research*, 3(4), 455–468. <https://doi.org/10.55927/ijar.v3i4.8709>
- Fauzi, i., & kartiko, a. (2023). Pengaruh promosi an produk terhadap pengambilan keputusan memilih madrasah. *Munaddhomah: jurnal manajemen pendidikan islam*, 4(2), 242–251. <https://doi.org/10.31538/munaddhomah.v4i2.435>
- Fonna, a., & konadi, k. (2023). Analisis faktor program promosi, lokasi sekolah dan sarana prasarana pendidikan terhadap minat peserta didik baru (studi kasus smpgugus inti 1 kecamatan peudada kabupaten bireuen). *Journal.umuslim.ac.id/index.php/psg*, 1(1), 70–78.
- Hartanto, h., & sukartono, s. (2022). Pengaruh fasilitas belajar dan pengelolaan kelas terhadap hasil belajar matematika peserta didik sekolah dasar. *Jurnal basicedu*, 6(4), 6211–6217. <https://doi.org/10.31004/basicedu.v6i4.3201>
- Krisbiyanto, a., & nadhifah, i. (2022). Pengaruh lokasi dan citra sekolah terhadap keputusan peserta didik memilih sekolah di sekolah menengah atas negeri. *Academicus: journal of teaching and learning*, 1(1), 20–31. <https://doi.org/10.59373/academicus.v1i1.4>
- Mamlukhah, m., & setiawan, a. (2022). Pengaruh promosi (promotion) terhadap keputusan peserta didik memilih sekolah satuan pendidikan muadalah (spm) ulya blokagung banyuwangi. *Jurnal manajemen pendidikan islam darussalam*, 3(2), 304–314. <https://doi.org/10.30739/jmpid.v3i2.1317>
- Mkwama, v. (2023). The influence of school facilities on student's academic achievement in tanzania. *International journal of research in education humanities and commerce*, 04(05), 213–223. <https://doi.org/10.37602/ijrehc.2023.4518>
- Ningsih, n. W., djonu, h. A., & rahman, n. H. A. (2022). Pengaruh promosi sekolah terhadap keputusan calon peserta didik baru dalam pemilihan smak st. Petrus kewapante. 3.
- Nugroho, a. (2023). Analisis pengaruh mutu sekolah dan fasilitas sekolah terhadap keputusan pemilihan sekolah serta implikasinya terhadap kepuasan peserta didik bersekolah di man 14 jakarta. *Secondary: jurnal inovasi pendidikan menengah*, 3(2), 176–184. <https://doi.org/10.51878/secondary.v3i2.2239>
- Nurhakim, r., & tafsiruddin, m. (2024). Pengaruh promosi dan fasilitas terhadap keputusan peserta didik memilih sekolah di smas nusantara plus. 7(1).
- Prasetyo, a. I., & santoso, b. H. (2023). Pengaruh kualitas pelayanan, harga, dan lokasi terhadap keputusan pembelian café kala seduh. 12.
- Septiani, f. (2020). Pengaruh promosi dan fasilitas terhadap keputusan orang tua dalam menentukan pendidikan anak pada m.i.t al-qalam depok. *Kreatif : jurnal ilmiah prodi*

manajemen universitas pamulang, 7(2), 43. <https://doi.org/10.32493/jk.v7i2.y2019.p43-51>

- 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. <https://doi.org/10.55601/jwem.v13i2.1021>
- Yamin, a., & zulkarnain, m. (2023). Pengaruh promosi, lokasi, citra institusi dan biaya terhadap keputusan peserta didik memilih sekolah di pkbm insan samawa. 6(2).
- Yuliana, l., & suendarti, m. (2021). Pengaruh persepsi atas lingkungan sekolah dan kebiasaan belajar terhadap prestasi belajar ips pada smp negeri di tangerang selatan.
- Zulandrasari, a. (2023). Pengaruh bukti fisik dan lokasi terhadap keputusan pemilihan pendidikan. 5(3).