

Citra Sekolah Dan Promosi Terhadap Keputusan Siswa Dalam Memilih Sekolah Pada SMAN 1 Kerambitan Tabanan

Kadek Agus Dicky Mahendra⁽¹⁾

I Gusti Ayu Wimba⁽²⁾

Milla Permata Sunny⁽³⁾

Program Studi Manajemen, Fakultas Ekonomi, Bisnis dan Pariwisata, Universitas Hindu Indonesia

e-mail: dickymahendra549@gmail.com

ABSTRACT

In a business or company, it's really important to pay attention to the decisions students make, because their decisions are key to reaching the industry's goals. Students make choices based on things like how the school is seen and advertised. This study wants to find out how the school's reputation and how it advertises itself affect the choices students make when picking a school at SMA Negeri 1 Kerambitan. The way they study is by using numbers and statistics. This study was done at SMA Negeri 1 Kerambitan. 137 people were used in the study. This research shows that the way a school is seen has a big impact on students' choices. The tcount is 7. 257 and the significance figure is 0. 000, which means this has been proven. Also, advertising has a big impact on students' choices, supported by the tcount of 5. 239 and a significance figure of 0. 000 Finally, both the school's image and advertising have a positive and important impact on students' decisions, as shown by the F count of 86. 194 and a significance number of 0. 000 The independent variable has a big effect on student decisions, about 55. 6% This study suggests that SMA Negeri 1 Kerambitan should regularly improve its learning facilities, school buildings, and infrastructure. It also recommends doing more promotions and making sure the students graduate with good skills.

Keywords: *School image; Promotion; Student Decision*

ABSTRAK

Pada sebuah industri maupun perusahaan keputusan siswa harus sangat di perhatikan, dikarenakan keputusan siswa merupakan hal yang sangat penting agar tercapainya tujuan dari industri tersebut. Keputusan siswa dipengaruhi banyak aspek seperti citra sekolah maupun promosi. Tujuan studi ini yaitu agar mengetahui pengaruh citra sekolah maupun promosi terhadap keputusan siswa saat memilih sekolah pada SMA Negeri 1 Kerambitan. Metode studi yang dipergunakan ialah kuantitatif. Studi ini berlokasi di SMA Negeri 1 Kerambitan. Sampel yang dipergunakan sebanyak 137 responden. Studi ini memberi hasil jika citra sekolah mempengaruhi positif signifikan pada keputusan siswa terbukti melalui angka $t_{hitung} = 7,257$ serta angka signifikasi = 0,000, promosi mempengaruhi positif signifikan terhadap keputusan siswa terbukti melalui angka $t_{hitung} = 5,239$ serta angka signifikansi=0,000, serta dalam simultan citra sekolah maupun promosi mempengaruhi positif serta signifikan pada keputusan siswa terbukti dengan angka $F_{hitung} = 86,194$ maupun angka signifikasi=0.000. Besarnya pengaruh variable bebas pada keputusan siswa ialah sebanyak 55,6%. Saran dalam studi ini ialah SMA Negeri 1 Kerambitan sebaiknya secara berkala memperbaharui fasilitas belajar, sarana maupun prasarana sekolah yang dimiliki, dengan peningkatan intensitas promosi serta kualitas lulusan juga ditingkatkan.

Kata kunci: Citra sekolah; Promosi; Keputusan Siswa

Pendahuluan

Manajemen ialah suatu proses kerja sama antar pegawai untuk mencapai tujuan organisasi sesuai dengan pelaksanaan fungsi perencanaan, pengorganisasian, kepegawaian, pengelolaan, pengarahan, dan pengawasan. Proses ini dapat menjamin tercapainya tujuan yang telah ditetapkan dengan menggunakan sumber energi manusia dan lainnya untuk mencapai hasil yang lebih efektif dan produktif, (Afandi, 2018)

Keputusan konsumen adalah tindakan konsumen dalam memilih suatu produk yang dianggap sebagai solusi terhadap kebutuhan dan keinginannya (Fahmi, 2016). Banyaknya calon siswa baru yang berminat belajar dan memilih SMA Negeri 1 Kerambitan merupakan suatu keputusan konsumen, dalam hal ini siswa memilih sekolah tersebut. Calon siswa yang telah memutuskan sekolah ini akan mendaftarkan diri dan siap menjadi siswa baru untuk memperoleh ilmu yang diperlukan. Keputusan pilihan konsumen merupakan suatu bentuk sikap konsumen mengenai pemakaian dan penggunaan suatu barang atau jasa terhadap suatu produk.

Keputusan siswa memilih sekolah di SMA Negara 1 Kerambitan dapat dilakukan karena adanya interaksi antara aspek kognitif yang berkaitan dengan asumsi siswa dengan SMA Negara 1 Kerambitan. Bagaimana siswa menghitung dan membagi makna SMA Negeri 1 Kerambitan akan menentukan keputusan konsumen dalam memilih sekolah. Wawasan yang diperoleh dari berbagai data sekolah juga akan mempengaruhi penilaian siswa di SMA Negeri 1 Kerambitan. Pengalaman siswa, baik pengalaman mereka sendiri maupun pengalaman orang lain, juga mendorong keputusan konsumen ketika memilih sekolah.

(Ardianto, 2016), merek adalah kesan, perasaan dan cerminan masyarakat terhadap suatu profesi, kesan ini timbul dari suatu benda, seseorang dan organisasi yang terkait. Oleh karena itu, gambaran profesi pada setiap orang akan berbeda-beda. Suatu industri dapat memiliki banyak gambar tergantung pada audiens yang berinteraksi dengannya. Mitra, pemegang saham, karyawan, pemasok, dll. Mungkin terdapat perbedaan pendapat mengenai citra industri ini. Sebab, perilaku dan sikap industri disesuaikan dengan kepentingan masing-masing pihak. Bagi (Ene, S., & Özkaya, B, 2014) citra industri dapat digambarkan sebagai segala macam kesan yang dimiliki masyarakat terhadap industri. Sebaliknya, menurut Richard dan Zhang (2012), citra industri diciptakan dari keyakinan, emosi, ide, dan kesan yang didukung oleh data, perilaku, sikap yang diberikan industri, dan filosofi yang diterapkan oleh manajemen.

Banyak berbagai aspek yang dapat mempengaruhi keputusan pembelian konsumen, salah satu hal yang perlu diperhatikan dalam mengambil keputusan konsumen adalah konsumen pasti akan memilih produk dengan kualitas terbaik. Lupiyoadi (2009:120) Promosi merupakan salah satu variabel bauran pemasaran yang sangat penting bagi industri dalam memasarkan produk jasa. Sedangkan menurut Tjiptono (2019), promosi merupakan salah satu unsur bauran pemasaran yang menitikberatkan pada upaya menginformasikan, membujuk, dan meyakinkan konsumen mengenai merek dan produk industri. SMA adalah jenjang pendidikan formal menengah pertama di Indonesia. Setelah lulus SMA. Sekolah menengah berlangsung selama 3 tahun, dari kelas 10 sampai 12. Siswa sekolah menengah atas biasanya berusia antara 16 dan 18 tahun. Sekolah menengah atas tidak masuk dalam daftar program studi wajib pemerintah. Ini termasuk 6 tahun sekolah dasar dan 3 tahun sekolah menengah pertama. Namun sejak tahun 2005, telah dilaksanakan program wajib belajar 12 tahun, termasuk pendidikan menengah di beberapa daerah.

Begitu juga dengan SMA Negeri 1 Kerambitan yang merupakan salah satu satuan pendidikan dengan jenjang SMA yang dalam menjalankan kegiatannya SMA Negeri 1 Kerambitan berada dibawah naungan Kementrian Pendidikan dan Kebudayaan. SMA Negeri 1 Kerambitan beralamat di Jl. Manik Galih, Desa Kukuh, Kec. Kerambitan, Kab. Tabanan, Bali, dengan kode pos 82161. SMA Negeri 1 Kerambitan didirikan pada tanggal 23 Agustus 1993, sesuai dengan tanggal SK. Pendirian, dengan NPSN: 50101125, dan telah terakreditasi A, pada tanggal 18 Desember 2021, dengan No.SK. Akreditasi: 1347/BAN-SM/SK/2021.

Bersumber pada tinjauan dini, terpilihnya SMA Negara 1 Kerambitan selaku objek riset sebab periset menciptakan fenomena ataupun permasalahan yang berhubungan dengan citra sekolah, promosi, serta keputusan konsumen dalam memilih sekolah. Yang dimana terbentuknya penyusutan dalam penerimaan siswa/ i dalam tahun ajaran baru dalam periode 3 tahun terakhir dari tahun ajaran 2021/ 2022 hingga 2023/ 2024. terbentuknya penyusutan presentase siswa/ i pada tiap tahunnya. Penyusutan siswa/ i yang awal terjalin pada tahun ajaran 2022/ 2023 sebesar 3%. Setelah itu disusul pada tahun ajaran 2023/ 2024 jumlah siswa/ i menyusut sebesar 36%. Penyusutan siswa/ i pada sekolah SMA Negara 1 Kerambitan ini di sebabkan oleh citra merk dari SMA Negara 1 Kerambitan yang kurang baik sebab sarana yang diberikan oleh pihak sekolah yang kurang mencukupi serta kurang maksimalnya promosi yang di jalani oleh pihak sekolah.

Berikutnya periset melaksanakan tinjauan selanjutnya pada variabel citra sekolah. SMA Negara 1 Kerambitan, mempunyai citra yang lumayan baik, hendak namun terdapat sebagian perihal yang membuat SMA Negara 1 Kerambitan mempunyai kekurangan khususnya pada perihal sarana fasilitas serta prasarana ialah berbentuk, minimnya sarana pc yang disediakan cuma

berjumlah 100 pc, yang dimana jumlah pc tersebut tidak sebanding dengan siswa/ i yang memakai pc tersebut pada dikala tes nasional, sehingga pada dikala melaksanakan tes nasional siswa/ i wajib dipecah dalam 2- 3 tahap. Tidak hanya minimnya sarana pc, terdapat pula fasilitas serta prasarana yang kurang semacam tidak meratanya LCD Proyektor dimasing-masing kelas yang membuat siswa atau siswi kesusahan pada dikala melaksanakan presentasi. Yang dimana perihal diatas bisa mempengaruhi kurang baik terhadap citra sekolah serta pengaruh keputusan calon siswa/ i buat memilah sekolah di SMA Negara 1 Kerambitan.

Tinjauan selanjutnya yang periset jalani ialah pada variabel promosi, bersumber pada hasil wawancara yang periset jalani dengan staff tata usaha, diperoleh data kalau SMA Negara 1 Kerambitan aktif mengenalkan sekolah lewat media sosial yang dipunyai oleh SMA Negara 1 Kerambitan, tetapi kurang efisien melaksanakan promosi secara langsung semacam, telah tidak aktif lagi melaksanakan penyebaran brosur sekolah serta sosialisasi ke siswa/ i SMP yang hendak melanjutkan pembelajaran ke SMA. Tidak hanya itu diperoleh pula data berbentuk tidak terdapatnya diskon berbentuk potongan bayaran diawal masuk sekolah untuk sebagian calon siswa/ i yang hendak mendaftar di SMA Negara 1 Kerambitan, semacam yang dicoba oleh sekolah-sekolah yang lain.

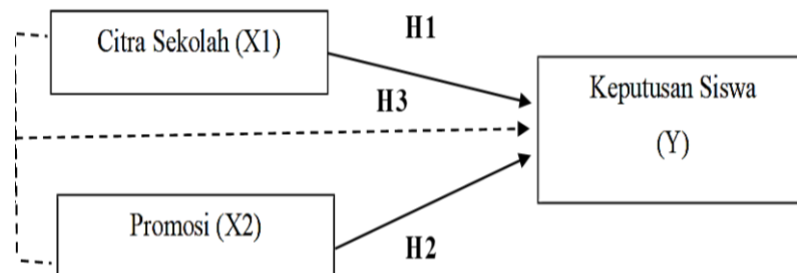
Ikatan antara citra sekolah terhadap keputusan siswa yang dijabarkan oleh Dian Sudiantini, dkk (2023) dalam penelitiannya didapat hasil citra sekolah mempengaruhi positif serta signifikan terhadap keputusan memilah sekolah. Dalam riset Krisbiyanto, Achmad., serta Ismatun Nadhifah (2020). Didapat hasil citra sekolah mempunyai pengaruh secara simultan serta positif terhadap keputusan memilah sekolah. Sebaliknya bagi Yogi Merryanda Simamora, dkk (2023) melaporkan kalau citra sekolah mempengaruhi negatif serta signifikan terhadap keputusan memilah sekolah. Ikatan antara promosi terhadap keputusan memilah sekolah dijabarkan oleh Munarsih, dkk (2020) dalam penelitiannya didapat hasil ada pengaruh positif serta signifikan antara promosi sekolah terhadap keputusan memilah sekolah. Dalam riset Kamanda, Shandrya Victor (2022). Didapat hasil promosi mempengaruhi positif serta signifikan terhadap keputusan mahasiswa memilah kuliah. Serta pula dalam riset Natalia Wahyu Ningsih, dkk (2022). Didapat hasil kalau promosi sekolah mempengaruhi positif serta signifikan terhadap keputusan pemilihan Sekolah Menengah Kejuruan(SMK).

Metode Penelitian

Studi ini merupakan studi hipotesis-deduktif yang dilaksanakan dengan mempergunakan pendekatan kuantitatif. Metode survei dalam studi ini dilakukan karena biaya studi rendah dan dapat dilakukan dalam waktu yang relatif singkat.

Pendekatan studi yang dipergunakan dalam studi ini ialah dengan menggunakan pendekatan asosiatif. Pendekatan asosiatif ialah pendekatan dengan menggunakan dua ataupun lebih variabel guna mengetahui hubungan ataupun pengaruh antar variabel yang satu dengan yang lainnya (Sugiyono, 2017). Studi kualitatif menekankan pada kualitas bukan kuantitas dan data-data yang dikumpulkan bukan berasal dari kuisioner melainkan berasal dari wawancara, observasi langsung dan dokumen resmi yang terkait lainnya. Selain itu dalam studi ini juga mempergunakan jenis studi kuantitatif, karena data yang diperoleh nantinya berupa angka. Dari angka yang diperoleh akan dianalisis lebih lanjut dalam analisis data. Melalui sumbernya, data dibedakan menjadi dua yaitu data primer dan data sekunder. Adapun populasi dalam studi ini ialah seluruh siswa/i baru SMA Negeri 1 Kerambitan pada tahun ajaran baru 2023/ 2024, yang berjumlah 137 orang. Sampel yang dipergunakan dalam studi ini ialah semua populasi yaitu menggunakan sampling jenuh yakni seluruh siswa/i baru SMA Negeri 1 Kerambitan Tahun Ajaran 2023/ 2024 yang berjumlah 137 orang. Data dalam studi ini didapat melalui hasil penyebaran kuesioner dan dianalisis menggunakan teknik analisis regresi linear berganda.

Kerangka pemikiran dalam studi ini ialah Citra Sekolah (X^1) dan Promosi (X^2), sebagai variabel bebas, serta Keputusan Siswa (Y). Sebagai variabel terikat.



Gambar 1. Kerangka Berpikir

Sumber : Kamanda, Shandrya Victor. (2022). Krisbiyanto, Achmad., Ismatun Nadhifah. (2020)

Hasil Penelitian dan Pembahasan

Berdasarkan hasil uji instrument menghasilkan jika seluruh indikator valid karena memiliki nilai koefisien korelasi lebih dari 0,30. Selanjutnya hasil uji realibilitas instrument variable pada studi ini dikatakan reliable karena masing-masing variable memiliki nilai alpha lebih besar dari 0,60. Hasil pengujian normalitas menghasilkan jika data berdistribusi normal dengan tingkat signifikansi 0,200. Studi ini juga mempunyai data yang layak untuk diteliti karena pengujian multikolinearitas menghasilkan jika tidak menunjukkan gejala apapun yang mempengaruhi hasil penelitian. Selain itu hasil pengujian heteroskedastisitas masing-masing model memiliki nilai

signifikansi $< 0,05$. Berarti didalam model regresi ini tidak terjadi kesamaan varian dari residual satu pengamatan ke pengamatan lainnya atau tidak terjadi heteroskedastisitas.

Analisa ini dipergunakan untuk mengetahui hubungan antara dua variabel bebas atau lebih terhadap variabel terikat untuk membuktikan ada atau tidaknya hubungan fungsi dan hubungan kasual antara dua variabel bebas atau lebih dengan satu variabel terikat. Berikut ini hasil analisis regresi berganda yang dilakukan dengan menggunakan program *IBM SPSS Statistics 26.0*.

Tabel 1. Hasil Analisis Regresi Linear Berganda

Model	Coefficients ^a				
	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
	B	Std. Error	Beta		
(Constant)	8.014	2.575		3.112	.002
1					
Citra sekolah	.508	.070	.494	7.257	.000
Promosi	.386	.074	.357	5.239	.000

Sumber: data diolah (2024)

Dari persamaan diatas maka dapat dibuat persamaan regresi studi ini ialah :

$$Y = 8,014 + 0,508X_1 + 0,386X_2 + e$$

$a = 8,014$ secara statistik meghasilkan jika angka constant sebesar 8,014 yang artinya apabila (X_1) , (X_2) dan (X_3) tidak mengalami perubahan maka keputusan siswa akan sebesar konstan 8,014.

$b_1 = 0,508$ secara statistik meghasilkan ada pengaruh positif dan signifikan antara variabel (X_1) terhadap (Y) . Maka setiap terjadi kenaikan sebesar satu satuan akan menyebabkan meningkatnya keputusan siswa.

$b_2 = 0,386$ secara statistik meghasilkan ada pengaruh positif dan signifikan diantara (X_2) (Y) sebesar 0,386 yang artinya setiap terjadi kenaikan (adanya) promosi sebesar satu satuan maka akan menyebabkan meningkatnya keputusan siswa sebesar 0,386 satuan dengan syarat variabel lain diasumsikan sama tidak mengalami perubahan.

Tabel 2. Hasil Uji Koefisien Determinasi

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	.750 ^a	.563	.556	5.207

Sumber: data diolah (2024)

Pengujian koefisien determinasi menghasilkan 55,6% variasi variabel keputusan siswa (Y) dapat dipaparkan oleh variasi dari ketiga variabel independen citra sekolah (X1) dan promosi (X2). Sedangkan sisanya (100% - 55,6% = 44,4%) dijelaskan oleh aspek lain diluar model studi ini.

Pembahasan

Studi ini menghasilkan jika adanya secara positif dan signifikan citra sekolah mempengaruhi terhadap keputusan siswa. Terbukti dengan angka $t_{hitung} = 7,257$ dengan perbandingan angka $t_{tabel} = 1,656$ serta angka signifikansi = 0,000 dengan angka $\alpha = 0,05$, maka ternyata angka t_{hitung} lebih besar dari angka t_{tabel} , serta angka signifikansi > dari nilai α , sehingga berada di daerah penolakan H_0 . Dengan demikian H_0 ditolak dan H_1 diterima. Maka artinya statistik untuk pengujian satu sisi pada taraf kepercayaan (α) = 5%, secara parsial variabel citra sekolah (X1) mempengaruhi positif dan signifikan terhadap keputusan siswa (Y). Maka dengan peningkatan pada variabel citra sekolah (X1) maka pula keputusan siswa (Y) mengalami peningkatan. Maka demikian hipotesis yang menghasilkan jika citra sekolah (X1) mempengaruhi positif maupun signifikan secara parsial pada keputusan siswa (Y) diterima. Mempunyai artian jika semakin baik citra sekolah keputusan siswa dalam memilih sekolah pada SMA Negeri 1 Kerambitan juga akan meningkat. Studi ini juga didukung dalam studi yang dilaksanakan oleh Krisbiyanto, Achmad., serta Ismatun Nadhifah. (2020) menghasilkan jika benar citra sekolah mempengaruhi positif maupun signifikan terhadap keputusan siswa.

Studi ini menghasilkan jika adanya secara positif dan signifikan promosi mempengaruhi terhadap keputusan siswa. Terbuktinya dengan angka $t_{hitung} = 5,239$ dibandingkan dengan nilai $t_{tabel} = 1,656$ dan angka signifikansi = 0,000 dengan nilai $\alpha = 0,05$, maka ternyata angka t_{hitung} lebih besar dari nilai t_{tabel} , dan angka signifikansi lebih kecil dari angka α , sehingga berada pada daerah penolakan H_0 . Maka demikian H_0 ditolak dan H_2 diterima. Ini berarti bahwa secara statistik untuk uji satu sisi pada taraf kepercayaan (α) = 5%, secara parsial variabel promosi (X2) mempengaruhi positif dan signifikan terhadap keputusan siswa (Y). Studi ini juga didukung dalam studi terdahulu

yang dilaksanakan oleh Munarsih, dkk. (2020) menghasilkan jika benar promosi mempengaruhi positif signifikan pada keputusan siswa.

Studi ini menghasilkan jika adanya secara simultan variabel citra sekolah maupun promosi mempengaruhi terhadap keputusan siswa. Terbuktinya dengan angka $F_{hitung} = 86,194$ dalam perbandingan angka $F_{tabel} = 3,06$ maupun angka angka signfikansi = 0.000 dengan angka $\alpha = 0,05$. Maka ternyata nilai F_{hitung} lebih besar dari angka F_{tabel} , dan nilai signifikansi lebih kecil dari nilai α , maka terjadi pada daerah penolakan H_0 . Maka demikian H_0 ditolak serta H_3 diterima. Mempunyai artian jika secara statistik untuk pengujian satu sisi pada taraf kepercayaan (α) = 5%, secara simultan citra sekolah (X1) maupun promosi (X2) mempengaruhi signifikan terhadap keputusan siswa (Y). Studi ini juga didukung dalam studi terdahulu yang dilaksanakan oleh Kamanda, Shandrya Victor. (2022) menghasilkan jika benar promosi mempengaruhi positif signifikan terhadap keputusan siswa.

Simpulan

Melalui data maupun hasil studi yang sudah dilaksanakan dan dipaparkan diatas menghasilkan kesimpulan berikut ini:

Citra sekolah secara parsial mempengaruhi positif dan signifikan terhadap keputusan siswa dalam memilih sekolah pada SMA Negeri 1 Kerambitan. Terbukti dengan angka $t_{hitung} = 7,257$ dengan perbandingan angka $t_{tabel} = 1,656$ serta angka signfikansi = 0,000 sehingga berada di daerah penolakan H_0 . Dengan demikian H_0 ditolak dan H_1 diterima., hal ini berarti bahwa semakin baik citra sekolah maka akan meningkatkan keputusan siswa dalam memilih sekolah pada SMA Negeri 1 Kerambitan.

Promosi secara parsial mempengaruhi positif dan signifikan terhadap keputusan siswa dalam memilih sekolah pada SMA Negeri 1 Kerambitan. Terbuktinya dengan angka $t_{hitung} = 5,239$ dibandingkan dengan nilai $t_{tabel} = 1,656$ dan angka signfikansi = 0,000 sehingga berada pada daerah penolakan H_0 . Makademikian H_0 ditolak dan H_2 diterima, hal ini berarti bahwa semakin baik promosi maka akan meningkatkan keputusan siswa dalam memilih sekolah pada SMA Negeri 1 Kerambitan

Citra sekolah dan promosi secara simultan mempengaruhi positif dan signifikan terhadap keputusan siswa dalam memilih sekolah pada SMA Negeri 1 Kerambitan. Terbuktinya dengan angka $F_{hitung} = 86,194$ dalam perbandingan angka $F_{tabel} = 3,06$ maupun angka angka signfikansi = 0.000, Maka demikian H_0 ditolak serta H_3 diterima Ini berarti bahwa semakin baik citra sekolah dan

promosi maka akan meningkatkan keputusan siswa dalam memilih sekolah pada SMA Negeri 1 Kerambitan.

Daftar Pustaka

- Afandi, P. (2018). *Manajemen Sumber Daya Manusia (Teori, Konsep Dan Indikator)*. Riau: Zanafa Publishing.
- Ardianto, E. (2016). *Metodologi Penelitian Untuk Public Relations Kuantitatif*. Bandung: Simbiosis Rekatama Media.
- Ene, S., & Özkaya, B. (2014). A Study On Corporate Image, Customer Satisfaction And Brand Loyalty In The Context Of Retail Stores. *Asian Social Science*, 10, 52.
- Fahmi, I. (2016). *Pengantar Manajemen Sumber Daya Manusia Konsep Dan Kinerja*. Jakarta: Mitra Wacana Media.
- Kamanda, S. V. (2022). Pengaruh Kualitas Pelayanan Dan Promosi Terhadap Keputusan Mahasiswa Memilih Kuliah Jurusan Manajemen Bisnis Syariah Pada Institut Agama Islam Abdullah Said Batam. *Jurnal As-Said*, 2(1), 1–6
- Krisbiyanto, A., & Nadhifah, I. (2022). Pengaruh Lokasi Dan Citra Sekolah Terhadap Keputusan Siswa 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>
- Lupiyoadi, R. (2007). *Manajemen Pemasaran Jasa / Rambat Lupiyoadi Dan A. Hamdani*.
- Ningsih, N.W., Djonu, H.A., & Rahman, N.H. (2022). Pengaruh Promosi Sekolah Terhadap Keputusan Calon Siswa Baru Dalam Pemilihan SMAK St. Petrus Kewapante. *Jurnal Impresi Indonesia*.
- Sudiantini, D., Meutia, K.I., Narpati, B., & Saputra, F. (2023). HUBUNGAN KUALITAS PELAYANAN, CITRA SEKOLAH, LOYALITAS SISWA DAN KEPUTUSAN MEMILIH SEKOLAH. *Jurnal Ekonomi, Manajemen Pariwisata Dan Perhotelan*.
- Simamora, Y.M., Siagian, H., & Pelawi, P. (2023). Pengaruh Lokasi, Fasilitas Pendidikan Dan Citra Sekolah Terhadap Keputusan Memilih Sekolah. *Jurnal Wira Ekonomi Mikroskil*.
- Sugiyono. (2017). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif Dan R&D*. Bandung: Alfabeta
- Tjiptono, F. (2019). *Pemasaran Jasa: Prinsip, Penerapan, Penelitian*. Yogyakarta. ANDI.
- Zhang, P., Richard, P., Qian, T., Xu, Y., Dai, X., & Ding, H. (2011). A Precise Method For Visualizing Dispersive Features In Image Plots. *The Review Of Scientific Instruments*, 82 4, 043712 .