

INOVASI PENGEMBANGAN SEKOLAH DAN PENINGKATAN KUALITAS PELAYANAN DALAM MANAJEMEN STRATEGI PEMASARAN DI SD MUHAMMADIYAH KLECO KOTAGEDE YOGYAKARTA

Ayep Rosidi

Universitas Darul Ulum Islamic Centre Sudirman (Undaris) Ungaran
rosidi.ayep@gmail.com

Abstract

The innovation of school development and improvement of service quality in strategic management carried out in this study aims to determine the marketing management of education at SD Muhammadiyah Kleco Kotagede Yogyakarta. Data collection techniques were carried out by means of interviews, observation, and documentation. The analysis used in this study consisted of 3 activities, namely data reduction, data presentation and conclusion drawing. The results show that the marketing management of education at SD Muhammadiyah Kleco is by forming a School Development Innovation Team (TPIS) which has duties and responsibilities, among others, to: 1) improve service quality 2) improve academic quality 3) add facilities 4) add menus/products schools 5) hold promotions and 5) design appearances. The team consists of two, namely the core team and the support team under the coordination of the Deputy Head of Public Relations. Keywords: *Management, Marketing, Education*

Abstrak

Inovasi pengembangan sekolah dan peningkatan kualitas pelayanan dalam manajemen strategi yang dilakukan dalam penelitian ini bertujuan mengetahui manajemen pemasaran pendidikan di SD Muhammadiyah Kleco Kotagede Yogyakarta. Teknik pengumpulan data dilakukan dengan cara wawancara, observasi, dan dokumentasi. Analisis yang digunakan dalam penelitian ini adalah terdiri dari 3 aktivitas yaitu reduksi data, penyajian data dan penarikan kesimpulan. Hasil penelitian menunjukkan manajemen pemasaran pendidikan di SD Muhammadiyah Kleco adalah dengan pembentukan Tim Inovasi Pengembangan Sekolah (TPIS) yang memiliki tugas dan tanggung jawab antara lain untuk: 1) meningkatkan kualitas pelayanan 2) meningkatkan kualitas akademik 3) menambah fasilitas 4) menambah menu/produk sekolah 5) mengadakan promosi dan 5) mendesain penampilan. Tim tersebut terdiri dari dua, yaitu tim inti dan tim pendukung di bawah koordinasi Waka bidang humas. Kata kunci: *Manajemen, Pemasaran, Pendidikan*

Pendahuluan

Persaingan di bidang pendidikan menjadi tidak terelakkan. Banyak lembaga pendidikan yang ditinggalkan pelanggan sehingga terjadi dinamika negatif dari beberapa lembaga pendidikan. Karena ada persaingan inilah maka pengelola pendidikan atau sekolah harus mampu tampil beda dibanding dengan sekolah lainnya.

Agar bisa mempertahankan eksistensinya, sekolah dituntut untuk dapat memasarkan sekolahnya, karena betapa pun bagusya suatu sekolah jika tidak dipromosikan secara maksimal maka akan berdampak pada minimnya jumlah siswa dan sekolah tersebut tidak dikenal di lingkungan masyarakat. Pemasaran menjadi suatu yang penting yang harus dilaksanakan oleh sekolah selain ditujukan untuk memperkenalkan, pemasaran di lembaga pendidikan juga bertujuan untuk membentuk citra yang baik terhadap lembaga dan dapat menarik sejumlah calon siswa.

Menurut Philip Kotler and amstrong, bahwa manajemen pemasaran ialah kegiatan menganalisa, merencanakan, mengimplementasi, dan mengawasi segala kegiatan (program), guna memperoleh tingkat pertukaran yang menguntungkan dengan pembeli sasaran dalam rangka mencapai tujuan organisasi. Sedangkan menurut Ben M. Enis, *marketing managment is the process of increasing the effectiveness and or efficiency by which marketing activities are performed by individualisme or organizations*. Secara ringkas ia menyatakan bahwa manajemen pemasaran ialah proses untuk meningkatkan efesiensi dan efektivitas dari kegiatan pemasaran yang dilakukan oleh individu atau oleh perusahaan (Buchari, 2018:131).

Sekolah harus dapat berusaha lebih diperkenalkan dan disosialisasikan pada masyarakat dengan cara melakukan pemasaran. Sekolah yang diibaratkan sebuah produk, tentunya akan terjual apabila dipasarkan secara baik. Pemasaran dilakukan agar masyarakat mengetahui keunggulan dan program-program yang dimiliki oleh sekolah. Pemasaran sekolah harus dilakukan dengan perencanaan dan pengelolaan yang baik. Mengenai hal itu suatu lembaga pendidikan tentu harus pandai-pandai dalam mempertahankan mutu serta keunggulan lembaga pendidikan demi mempertahankan kepercayaan masyarakat dan loyalitas pelanggan. Kepuasan pelanggan terhadap lembaga pendidikan identik dengan kepuasan pelanggan mengenai pelayanan yang diberikan sekolah.

Suatu lembaga pendidikan dituntut untuk dapat melakukan strategi dalam hal pemasaran sekolah yang bertujuan untuk mempertahankan dan meningkatkan kualitas sekolah tersebut (Munir, 2018: 79). Lembaga pendidikan harus membuat citra (*brand*) yang baik. Lembaga pendidikan yang bercitra baik merupakan lembaga pendidikan yang berasal dari budaya sekolah yang kuat, karena dengan budaya sekolah dapat membentuk para warga sekolah menjadi generasi yang berdedikasi terhadap masa depannya, disiplin, percaya diri, bertanggung jawab, berakhlakul karimah dan lain sebagainya. Pencitraan merupakan hasil dari budaya sekolah yang berasal dari nilai-nilai yang menjadi pedoman dan patokan pada lembaga pendidikan nilai-nilai yang telah menjadi pedoman tersebut kemudian dilaksanakan secara konsisten dengan membentuk opini masyarakat tentang lembaga yang berkualitas (Indriako, 2015: 266).

SD Muhammadiyah Kleco Kotagede Yogyakarta yang merupakan sekolah tingkat dasar yang ada di bawah binaan Pimpinan Cabang Muhammadiyah (PCM) Kotagede dulunya merupakan sekolah yang kurang diminati oleh masyarakat. Sekolah ini diapit oleh beberapa sekolah negeri yang cukup besar ditambah lagi ada SD Muhammadiyah Bodon Kabupaten Bantul yang merupakan sekolah terbaik di Kabupaten Bantul yang lokasinya cukup berdekatan dengan SD

Muhammadiyah Kleco. Hal ini membuat SD Muhammadiyah Kleco harus berupaya keras agar sekolahnya bisa bersaing dengan sekolah lain.

Metode Penelitian

Jenis penelitian ini adalah penelitian deskriptif kualitatif, penelitian kualitatif ini memperoleh data berupa data yang langsung tercatat dari kegiatan dilapangan dan wawancara. Teknik pengumpulan data dilakukan dengan cara wawancara, observasi, dan dokumentasi. Jenis wawancara yang digunakan dalam penelitian ini adalah wawancara terstruktur, yaitu wawancara yang pewawancaranya menetapkan sendiri masalah pertanyaan-pertanyaan yang akan diajukan (Moleong, Lexy J. 2013: 188). Analisis yang digunakan dalam penelitian ini adalah analisis Miles and Huberman sebagaimana yang dikutip oleh Sugiyono yang terdiri dari 3 aktivitas yaitu reduksi data, penyajian data dan penarikan kesimpulan. Dalam penelitian ini menggunakan pengecekan keabsahan data dengan tehnik triangulasi sumber dan triangulasi metode, yaitu membandingkan dan mengecek kembali derajat kepercayaan suatu informasi yang diperoleh melalui waktu dan alat yang berbeda dalam penelitian kualitatif (Sugiyono, 2014).

Hasil dan Pembahasan

Inovasi Pengembangan Sekolah

Disadari atau tidak, hampir sebagian besar sekolah tidak memiliki tim marketing secara khusus yang bekerja secara simultan sepanjang tahun. Selama ini biasanya kebanyakan sekolah baru berpikir melakukan pekerjaan berbau marketing, ketika sekolah sedang menyiapkan penerimaan siswa baru (PPDB). Kepala Sekolah SD Muhammadiyah Kleco beserta pengurus PCM Kotagede kemudian sepakat untuk mencari solusi agar bisa mengubah sekolah yang biasa-biasa saja menjadi sekolah yang luar biasa. Mengubah sekolah yang kurang diminati menjadi sekolah yang kebanjiran siswa.

Langkah awal dalam manajemen strategic pemasaran pendidikan di SD muhammadiyah Kleco yaitu dengan membentuk tim yang diberi nama Tim Inovasi Pengembangan Sekolah. Tim ini terdiri dari dua, yaitu tim inti dan tim pendukung. Tim inti adalah mereka yang mendapat Surat Keputusan (SK) dari Kepala sekolah untuk mengelola manajemen marketing yang dipimpin oleh Wakil Kepala Sekolah bidang Humas. Sementara tim pendukung adalah seluruh guru dan karyawan yang bertugas menyampaikan informasi bergagai kegiatan sekolah untuk diolah dan dipublish ke luar.

Tim inti memiliki tugas menyusun dan merencanakan program pemasaran sekolah. Adapun langkah yang sudah ditempuh Tim Inovasi Pengembangan Sekolah SD Muhammadiyah Kleco antara lain: 1) meningkatkan kualitas pelayanan 2) meningkatkan kualitas akademik 3) menambah fasilitas 4) menambah menu/produk sekolah 5) mengadakan promosi dan 5) mendesain penampilan.

Peningkatan Kualitas Pelayanan

Fokus dari penerapan pemasaran sekolah di SD Muhammadiyah Kleco adalah bagaimana mendekatkan pelayanan sesuai dengan keinginan dan kepuasan siswa, yang tentunya hal tersebut harus didukung dengan peran para tenaga ahli di

bidangnya, sumber daya dan fasilitas yang memadai, serta selalu meningkatkan mutu lulusan.

Guru dan seluruh karyawan harus bisa memberikan pelayanan yang baik kepada orang tua dan siswa. Pelayanan dilakukan mulai dari ketika siswa datang ke sekolah hingga pulang kembali ke rumah. Dalam rangka memberikan pelayanan prima kepada orang tua dan siswa, SD Muhammadiyah Kleco mewajibkan kepada seluruh guru dan karyawan untuk membudayakan 3 S (Ssalam, Senyum, Sapa). Hal ini dilakukan mulai siswa sampai di sekolah. Guru dan karyawan SD Muhammadiyah selalu menyambut siswa di gerbang sekolah setiap pagi dengan ramah.

Sejak tahun 2010, SD Muhammadiyah Kleco sudah menerapkan layanan SMS Gateway. Melalui SMS, para orang tua bisa memantau kemajuan belajar anaknya dari mulai presensi kehadiran di sekolah, nilai ulangan, dan lain-lain. Seiring dengan perkembangan zaman, untuk memudahkan dan memberi pelayanan maksimal dalam pembelajaran, sekolah juga meluncurkan satu aplikasi pembelajaran RUBECO (rumah belajar kleco). Aplikasi ini serupa dengan aplikasi *e-learning* yang sering digunakan oleh lembaga pendidikan pada umumnya, tetapi menunya didesain secara khusus disesuaikan dengan kebutuhan sekolah.

Kenyamanan tempat dimana orang tua siswa bisa melakukan pembayaran, meminta informasi dan berkonsultasi secara langsung juga sangat diperhatikan sekolah. SD Muhammadiyah Kleco menyiapkan satu ruangan khusus di bagian depan lobi yang selalu terjaga kebersihannya dan dilayani oleh karyawan yang ramah. Hal ini dimaksudkan agar setiap orang yang berkunjung merasa terkesan dengan pelayanan yang diberikan, sehingga dapat menarik minatnya untuk menyekolahkan putra-putrinya di sekolah tersebut.

Peningkatan Kualitas Akademik

Peningkatan kualitas akademik dilakukan oleh SD Muhammadiyah Kleco dalam rangka memberikan menu pembelajaran yang baik sebagai salah satu strategi pemasaran sekolah. Hal yang dilakukan salah satunya adalah dengan melakukan rekayasa pengembangan kurikulum. Pengembangan kurikulum adalah proses perencanaan kurikulum agar menghasilkan rencana kurikulum yang luas dan spesifik (Oemar Hamalik, 2011). Pengembangan kurikulum yang dilakukan memiliki tujuan yang dikenal dengan istilah goals atau objectives. Tujuan sebagai goals dinyatakan dalam rumusan yang lebih abstrak dan bersifat umum dan pencapaiannya relatif dalam jangka panjang. Adapun tujuan sebagai objectives lebih bersifat khusus, operasional dan pencapaiannya dalam jangka pendek (Oemar Hamalik, 2011: 188).

Kurikulum yang diterapkan di SD Muhammadiyah Kleco merupakan gabungan/kombinasi antara kurikulum nasional, kurikulum ISMUBA dan kurikulum penciri sekolah berupa kurikulum tahfid dan Baca Tulis al-Qur'an. Dengan ramuan kurikulum seperti itu diharapkan lebih banyak menarik minat masyarakat untuk menyekolahkan anaknya di SD Muhammadiyah Kleco.

Langkah ketiga dalam peningkatan kualitas akademik di SD Muhammadiyah Kleco adalah menambah menu ekstra kurikuler. Selayaknya

restoran besar yang ingin selalu banyak pembeli. Mereka pasti mempunyai menu istimewa dan unggulan yang menjadi pembeda dari restoran lain. Demikian juga dengan sekolah, ketika sekolah ingin tetap bertahan dan bahkan berkembang menjadi lebih baik dan besar, maka sekolah harus mampu menciptakan menu barunya. SD Muhammadiyah Kleco selain melaksanakan program pembelajaran yang pada umumnya ada di sekolah lain, sekolah juga menyajikan beberapa program ekstra kurikuler yang bervariasi yang diharapkan bisa menarik minat orang tua untuk menyekolahkan putra-putrinya di sekolah tersebut. Penambahan menu ekstrakurikuler yang dilakukan SD Muhammadiyah Kleco dengan memperhatikan diferensiasi produk. Memberikan hal yang berbeda dengan sekolah lain pada umumnya. Target dari masing-masing ekstrakurikuler adalah dapat tampil pada even-even tertentu dan dapat menjuarai setiap ajang lomba yang diselenggarakan baik tingkat regional maupun nasional.

Di bawah ini disajikan daftar ekstrakurikuler SD Muhammadiyah Kleco sebagai berikut:

Tabel 1:
Daftar Ekstrakurikuler SD Muhammadiyah Kleco

No	Kegiatan	Sasaran	Pelaksanaan
1.	Keagamaan		
	- Qiroah	Siswa Kelas I-V	1 x seminggu
	- Adzan	Siswa Kelas I-V	1 x seminggu
	- Pembinaan MTQ	Siswa Kelas I-VI	Insidental
2.	Kewiraan		
	- HW (Hizbul Wathan)	Siswa Kelas IV- VI	1x seminggu
3.	Olahraga		
	- Tapak Suci	Siswa Kelas IV- V	1x seminggu
	- Futsal	Siswa Kelas III- V	1x seminggu
	- Renang	Siswa Kelas III	1x seminggu
4.	Seni		
	- Seni Lukis	Siswa Kelas II-V	1x seminggu
	- Seni Tari	Siswa Kelas II-V	1x seminggu
	- Seni Musik dan Vocal	Siswa Kelas IV-V	1x seminggu
	- Biola	Siswa Kelas II-V	1x seminggu
	- Keyboard	Siswa Kelas I-V	1x seminggu
	- Angklung	Siswa Kelas I-V	1x seminggu
	- Bahasa Jawa	Siswa Kelas II-V	1x seminggu
5.	Ilmiah		
	- Sains Club	Siswa kelas II-V	1x seminggu
	- English Club	Siswa kelas IV-V	1x seminggu
	- Pembinaan Olimpiade	Siswa kelas IV-V	1x seminggu
	- Shinkenjuku	Siswa kelas I-V	2x seminggu
	- Jurnalistik	Siswa kelas IV-V	1x seminggu
6.	TIK	Siswa kelas VI	1x seminggu

Personal Branding

Perkembangan pendidikan di Indonesia telah mengalami percepatan yang cukup signifikan (Mulyana, 2012). Sedikit saja sekolah lengah, maka sekolah akan tertinggal dengan perkembangan zaman itu sendiri. Salah satu manajemen strategic dalam pemasaran pendidikan yang dilaksanakan di SD Muhammadiyah Kleco Kotagede Yogyakarta adalah personal branding. Personal branding ini dimulai dari hal yang kecil termasuk diantaranya menjaga penampilan & performa guru dan karyawan untuk menambah kepercayaan diri di hadapan para siswa dan orang tua siswa. Seragam guru dan karyawan SD Muhammadiyah Kleco dibuat dengan elegan, lengkap dengan dasi bagi guru dan karyawan putra. Kepala sekolah dan guru yang mengajar di SD Muhammadiyah Kleco harus memiliki nilai jual yang baik.

Disamping itu, keberadaan guru-guru berkualitas yang berada di sekolah sangat mempengaruhi kualitas branding sekolah. Guru yang mengajar di SD Muhammadiyah Kleco harus mempunyai kualifikasi strata pendidikan S-1 atau S-2. Untuk peningkatan kualitas guru, SD Muhammadiyah Kleco memanfaatkan peluang beasiswa yang diberikan oleh PWM DIY bekerjasama dengan Universitas Ahmad Dahlan (UAD) Yogyakarta. Sebagai gambaran, berikut disajikan daftar guru SD Muhammadiyah Kleco dilihat dari kualifikasi pendidikan.

Tabel 2:
Daftar Guru SD Muhammadiyah Kleco

Kualifikasi	Sarjana (S.1)	Magister (S.2)	Jumlah
Jumlah Guru	23	9	35

Dari table di atas dapat diketahui bahwa SD Muhammadiyah Kleco selalu meng-*upgrade* kualitas guru dengan mendorongnya untuk melanjutkan studi. Disamping itu guru di SD Muhammadiyah Kleco dibekali dengan kemampuan penguasaan IT yang cukup memadai. Hal ini dilakukan sekolah dengan kerjasama dengan UAD dalam pelatihan IT bagi guru. Saat ini guru bukan lagi satu-satunya sumber ilmu yang dapat diambil oleh siswa, tetapi siswa sekarang sudah dapat mengunduh ilmu dari internet, oleh karena itu guru harus familier dengan laptop dan internet. Dengan demikian sekolah dapat menjual personal branding yang dimiliki guru sebagai strategi pemasaran sekolah

Penambahan Fasilitas

Untuk menambah daya jual dalam strategi pemasaran sekolah di SD Muhammadiyah Kleco, dilakukan penambahan fasilitas sekolah. Dalam pelaksanaannya penambahan fasilitas sekolah ini, SD Muhammadiyah Kleco bekerja sama dengan SMA Muhammadiyah 1 Yogyakarta dalam hal pendanaan. SMA Muhammadiyah 1 memberikan support pinjaman dana kepada SD Muhammadiyah untuk merenovasi dan menambah fasilitas sekolah. Hal ini dilakukan sebagai branding bangunan agar masyarakat tertari dan merasa nyaman ketika menyekolahkan anaknya di sekolah.

Berdasarkan hasil pengamatan, penambahan fasilitas sekolah mempunyai peranan yang cukup signifikan (Mulyana, 2012). Hal ini dapat dilihat apabila

orang tua mau menyekolahkan anaknya di sekolah terlebih dahulu mereka melihat fasilitas sekolahnya. Sekolah yang memiliki fasilitas lengkap akan mempunyai daya Tarik yang lebih kuat dibandingkan dengan sekolah yang biasa-biasa saja. SD Muhammadiyah Kleco sejak tahun 2009 telah melengkapi setiap kelas dengan LCD proyektor permanen dan dikembangkan sampai sekarang dengan TV LED di masing-masing kelas, ditambah lagi fasilitas AC. Fasilitas lain yang diantaranya lab.komputer, lapangan bermain, musholla dan perpustakaan dengan koleksi buku dan desain ruang yang baik sehingga membuat siswa tertarik dan betah di perpustakaan. Untuk menunjang kegiatan pembelajaran yang waktunya lebih lama, SD Muhammadiyah Kleco juga membentuk Badan Usaha Milik Sekolah (BUMS) yang menangani mini market *Kleco Mart*, kantin sekolah, *catering*, dan Warung telepon (Wartel) karena semua siswa di SD Muhammadiyah Kleco tidak diperbolehkan membawa HP ke sekolah.

Promosi

Promosi adalah suatu upaya professional untuk menginformasikan, mengkomunikasikan, mempenagruhi, dan meyakinkan kepada pelanggan atau calon pembeli terhadap produk yang sedang ditawarkan. Di dunia pendidikan sebenarnya promosi ini sudah banyak dilakukan, tetapi terkadang belum dilakukan secara professional. Langkah SD Muhammadiyah Kleco dalam menjalankan promosi sekolah diantaranya dengan mengalokasikan biaya promosi 50% dari biaya SPI yang diterima dari siswa baru.

SD Muhammadiyah Kleco juga menjalin kerjasama dengan SKH Kedaulatan Rakyat agar setiap minggunya ada berita yang dimuat di koran tersebut, terutama di hari sabtu. Selain itu sekolah berpartisipasi aktif untuk mengadakan/mengikuti bazar pendidikan, memberdayakan wali murid sebagai duta sekolah dan mengoptimalkan pemanfaatan IT dan social media.

Kesimpulan

Dari pemaparan di atas dapat disimpulkan bahwa ketika sekolah ingin maju dan diminati masyarakat, diperlukan manajemen pemasaran yang baik. SD Muhammadiyah Kleco melakukan manajemen pemasaran sekolah dengan membentuk Tim Inovasi Pengembangan Sekolah (TPIS) yang memiliki tugas antara lain: 1) meningkatkan kualitas pelayanan 2) meningkatkan kualitas akademik 3) menambah fasilitas 4) menambah menu/produk sekolah 5) mengadakan promosi dan 5) mendesin penampilan.

Peningkatan kualitas layanan dilakukan dari mulai siswa masuk sekolah sampai mereka kembali ke rumah. Pelayanan dalam pembelajaran dilakukan dengan peluncuran Rubeco (Rumah Belajar Kleco). Peningkatan kualitas akademik dilakukan dengan merekayasa pengembangan kurikulum, penambahan menu ekstrakurikuler dan personal branding dari masing-masing guru dan karyawan. Penambahan fasilitas dilakukan dengan melakukan kerjasama dengan SMA Muhammadiyah 1 Yogyakarta, dengan penambahan fasilitas diharapkan semakin menarik minat masyarakat untuk bersekolah di SM Muhammadiyah Kleco. Disamping itu, SD Muhammadiyah Kleco memprogramkan promosi sekolah dengan mengalokasikan 50% dari dana SPI dan melakukan kerjasama dengan media cetak.

Daftar Pustaka

- Alma, Buchari. (2008). *Manajemen Pemasaran dan Pemasaran Jasa*. Bandung: Alfabeta.
- Hamalik, Oemar (2011). *Dasar dasar Pengembangan Kurikulum*, Bandung: Remaja Rosda Karya
- Hurriyati, Ratih. (2010). *Bauran Konsumen dan Loyalitas Konsumen*. Bandung: Alfabeta.
- Indriako, Erwin. (2015). *Membangun Citra Publik dalam Lembaga Pendidikan Islam*, Jurnal Universum Vol. 9 No. 2
- Latifah., Noor Fazariah Handayani. (2022). Kontribusi Manajemen Berbasis Sekolah (MBS) dan Kepuasan Kerja Terhadap Pelaksanaan. Kinerja Guru di SD Muhammadiyah Martapura. *Jurnal Terapung: Ilmu-Ilmu Sosial*, Vol. 4 No. 1 tahun 2022. e-ISSN: 2656-2928. <https://ojs.uniska-bjm.ac.id/index.php/terapung/article/view/7356>
- Kotler, Philip dan Kevin Lane Keller. (2012). *Marketing Management*. New Jersey: Prentice Hall.
- Minarti, Sri. (2012). *Manajemen Sekolah: Mengelola Lembaga Pendidikan Secara Mandiri*. Yogyakarta: Ar-Ruzz Media.
- Moleong, Lexy J. (2013). *Metodologi Penelitian Kualitatif*. Bandung: PT Remaja Rosdakarya. Hal 188
- Mudie, Peter dan Angela Pirrie. (2006). *Service Marketing Management*. London: Elsevier.
- Mulyana, (2012). *Reformation Marketing Sekolah: Cara Cerdas Membesarkan Sekolah*. Surabaya: Bening Pustaka.
- Munir. (2018). *Manajemen Pemasaran Pendidikan Dalam meningkatkan kuantitas siswa*. Jurnal Manajemen Pendidikan Islam Volume 1, No 2.
- Sugiyono. (2014). *Metode Penelitian Pendidikan Pendekatan Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D*. Bandung: Alfabeta.
- Suprpti, Ni Wayan Sri. (2010). *Perilaku Konsumen: Pemahaman Dasar dan Aplikasinya dalam Strategi Pemasaran*, Denpasar: Udayana University.
- Tim Redaksi KBBI. (2005). *Kamus Besar Bahasa Indonesia (KBBI)*. Jakarta: Balai Pustaka.
- Wijaya, David. (2012). *Pemasaran Jasa Pendidikan*. Jakarta: Salemba Empat.