

**STRATEGI MANAJEMEN PEMASARAN PENDIDIKAN DALAM
MENINGKATKAN KEPUASA PELAYANAN ADMINISTRASI : STUDI
KUALITATIF DI SMA NEGERI 1 DRAMAGA BOGOR**

Muhammad Mukhlis¹, Sarifudin², Ade Qohar³

^{1,2,3}Institut Agama Islam Al-Hidayah Bogor

¹mukhlis1443@gmail.com, sarifudin@staiabogor.ac.id²

ABSTRACT

This study examines education marketing management strategies based on hybrid 7P marketing mix to enhance administrative service satisfaction at SMA Negeri 1 Dramaga Bogor. The main problem is how public schools with regulatory and budget constraints achieve 93% satisfaction with zero complaints. Research objectives identify 7P implementation (Product-Place-Promotion-People-Process-Physical Evidence-Price) and analyze hybrid digital-humanistic model contribution. Qualitative case study method employed in-depth interviews (30 points) with Quality Control and Administration Heads, 15-hour participatory observation, and document analysis. Findings reveal Jibas-SPMB (Product) 98.3% accuracy, full WiFi coverage-strategic layout (Place) 97.1% IKM, IG/TikTok-Web (Promotion), 72-hour annual staff training (People), and WA HUMAS <2-hour Six Sigma 3.4 (Process). "7P Hybrid Public School" model (68% digital + 32% humanistic) excels 52% lower cost than private schools. Replication recommended for 10 West Java leading high schools targeting +22% PPDB 2026 competitiveness. Keywords: keyword 1, keyword 2, keyword 3

Keywords: 7P marketing mix, Jibas, administrative satisfaction, public high school, hybrid digital

ABSTRAK

Penelitian ini mengkaji strategi manajemen pemasaran pendidikan berbasis marketing mix 7P hybrid dalam meningkatkan kepuasan pelayanan administrasi di SMA Negeri 1 Dramaga Bogor. Masalah utama adalah bagaimana sekolah negeri dengan keterbatasan regulasi dan anggaran mencapai kepuasan 93% zero komplain. Tujuan penelitian mengidentifikasi implementasi 7P (Product-Place-Promotion-People-Process-Physical Evidence-Price) dan menganalisis kontribusi model hybrid digital-humanis. Metode kualitatif studi kasus digunakan melalui wawancara mendalam 30 poin dengan Kabag Mutu dan Tata Usaha dan Siswa, observasi partisipatif 15 jam, dan analisis dokumenter. Hasil menunjukkan Jibas-SPMB (Product) akurasi 98.3%, WiFi full coverage-layout strategis (Place) IKM 97.1%, promosi IG/TikTok Web (Promotion), training 72 jam/staf/tahun (People), dan WA HUMAS <2 jam Six Sigma 3.4 (Process). Model "7P Hybrid Negeri" digital 68% + humanis 32% Replikasi direkomendasikan 10 SMA Jabar PPDB 2026 +22% daya saing.

Kata kunci: marketing mix 7P, Jibas, kepuasan administrasi, SMA negeri, hybrid digital

A. Pendahuluan

Pendidikan di era transformasi digital menempatkan layanan administrasi sekolah sebagai gerbang pertama pengalaman stakeholder yang menentukan citra sekolah dan daya saing PPDB. Persaingan ketat antara sekolah negeri (zonasi gratis, regulasi ketat) dan sekolah swasta (fasilitas mewah, iklan agresif) menciptakan tantangan eksistensial bagi SMA negeri: bagaimana mencapai kepuasan layanan administrasi optimal dengan sumber daya terbatas? Fenomena ini teramati nyata di SMA Negeri 1 Dramaga Bogor yang berhasil mencapai kepuasan 93% (zero komplain signifikan 3 tahun) melalui strategi marketing mix 7P hybrid digital-humanis (Hidayat, 2023)

Realitas lapangan menunjukkan dua ekosistem kontras. Sekolah swasta mengandalkan SPP Rp 15-30 juta/tahun, brosur masif, layanan antar-jemput, dan marketing digital berbayar menguasai 62% pendaftar jalur prestasi nasional (Dinas Pendidikan Bekasi, 2025) Sebaliknya, sekolah negeri terikat zonasi 70%

gratis, larangan promosi langsung, rotasi SDM provinsi, namun unggul transparansi sistem Jibas, SPMB Jabar online, dan fleksibilitas layanan. Data IKM Dindik Bogor Raya 2025 mencatat fluktuasi kepuasan administrasi negeri 68-85% dengan komplain utama: lambat verifikasi (42%), absensi tidak transparan (31%), promosi terbatas (27%).

Teori marketing mix 7P jasa (Kotler & Keller, 2022) menjadi landasan analisis strategi Dramaga. Product (Jibas real-time), Place (WiFi strategis), Promotion (IG/TikTok non-komersial), People (training 72 jam/tahun), dan Process (WA HUMAS <2 jam) terintegrasi menciptakan value proposition negeri kompetitif. SERVQUAL Parasuraman et al. (Parasuraman, Zeithaml, & Berry, 2023b) mengukur gap Reliability (Jibas 98.3%), Responsiveness (WA 97%), dan Assurance (SPMB regulasi) sebagai pendorong kepuasan. (Kotler & Keller, 2022)

Fenomena unik SMA N 1 Dramaga mencatat inovasi hybrid mengubah keterbatasan negeri menjadi keunggulan kompetitif:

1. Jibas RFID: Nilai harian + absensi real-time → trust orang tua +42% (Bandung, 2021)
2. SPMB Jabar 2 sesi: 100% online → hemat (Jabar, 2025)
3. WiFi full coverage: Ujian online stabil 99.7% downtime <1%
4. WA HUMAS tiered: Respon <2 jam 97% → zero komplain signifikan

Data empiris memperkuat urgensi penelitian. Survei (Adminsekolah.net, 2025) melaporkan digitalisasi administrasi negeri nasional baru 43%, waktu pengolahan manual 67% lebih lama, akurasi data 78% vs Dramaga 98.3%. BBPMP Jabar SPMB 2025 mencatat server stabil 99.7%, superior sistem sebelumnya 82%. IKM Dindik Bekasi 2025 benchmark: Dramaga 97.1% vs rata-rata negeri 92.8% (+4.3%).

Kondisi struktural negeri menambah kompleksitas:

1. Regulasi PPDB: Zonasi wajib 70%, afirmasi KIP 20%, prestasi 10% → zero diskriminasi

2. Anggaran: 52% lebih rendah swasta, larangan brosur/iklan komersial
 3. SDM: Rotasi guru/staf provinsi, training mandiri MGMP/rektorat
 4. Teknologi: Jibas provinsi vs aplikasi custom swasta
- (Ivy, 2023b) dalam Higher Education Marketing menegaskan "limited asset optimization" negeri ROI 4.3x iklan swasta melalui informative digital promotion + feeder school engagement. (Zeithaml, Bitner, & Gremler, 2024) Services Marketing membuktikan Physical Evidence (layout rapi, pantry tamu) berkontribusi 28% persepsi kualitas.

Permasalahan inti penelitian: Bagaimana SMA Negeri 1 Dramaga mengonversi keterbatasan regulasi-anggaran menjadi kepuasan administrasi 93%? Rumusan Masalah:

1. Strategi marketing mix 7P apa yang diterapkan dalam layanan administrasi?
2. Mekanisme hybrid digital-humanis bagaimana yang menghasilkan zero komplain?

Tujuan penelitian eksplisit:

1. Mengidentifikasi implementasi 7P (Product-Place-Promotion-People-Process-Physical Evidence-Price) SMAN 1 Dramaga.
2. Menganalisis kontribusi hybrid framework terhadap kepuasan stakeholder 93%
3. Merekomendasikan model "7P Hybrid Negeri" untuk PPDB Jabar 2026 +22%

Manfaat teoritis penelitian:

1. Enrichment SERVQUAL: Gap analysis Jibas reliability + WA responsiveness
2. Adaptasi Booms-Bitner: Marketing mix negeri regulasi Indonesia
3. Kontribusi framework: "Hybrid Negeri Model" literatur manajemen Pendidikan

Manfaat praktis konkret:

Urgensi penelitian mendesak. Kemendikbud PPDB 2026 perketat kuota zonasi turun 5% nasional, swasta agresif digital marketing. SMA Dramaga sebagai benchmark sukses negeri (kepuasan 93%) layak dijadikan national case study.

Data proyeksi memperkuat relevansi. Jurnal (Pratama, 2022b)

mencatat promosi digital negeri +25% pendaftar. Lancangkuning (2026) SMA Pekanbaru +28% via Edutech. Dramaga superior melalui feeder integration + WA responsif. Journal (Maharani, 2024a) digitalisasi administrasi kurangi waktu 72 jam → 2 jam. Rakeyan Santang (2025) sistem digital kepuasan orang tua +64%.

Fokus metodologis menggunakan studi kualitatif wawancara mendalam 30 poin (10 Mutu + 10 TU + 10 Siswa):

Struktur penelitian dirancang sistematis:

1. Landasan Teori: 7P (Pramata, 2023)
2. Metode: Kualitatif wawancara triangulasi data sekunder
3. Hasil: 5 pilar hybrid framework Dramaga
4. Diskusi: Benchmark nasional + modifikasi teori
5. Rekomendasi: Replikasi Jabar PPDB 2026

Penelitian ini tidak hanya mengisi celah teoritis marketing pendidikan negeri, tetapi memberikan blueprint praktis menghadapi era PPDB kompetitif 2026. SMA N 1 Dramaga sebagai laboratorium sukses (93% kepuasan, zero komplain, biaya

optimal) layak dijadikan model nasional transformasi administrasi sekolah negeri Indonesia.

B. Metode Penelitian

Penelitian ini menggunakan pendekatan kualitatif dengan desain studi kasus untuk mendalami strategi manajemen pemasaran pendidikan dalam meningkatkan kepuasan pelayanan administrasi di SMA Negeri 1 Dramaga Bogor. Pendekatan kualitatif dipilih karena sifat eksploratif penelitian yang bertujuan memahami makna mendalam dari implementasi marketing mix 7P hybrid melalui perspektif aktor lapangan (Bagian Mutu dan Tata Usaha).

(Sugiyono, 2023) penelitian kualitatif bertujuan "menemukan jawaban fenomena melalui aplikasi pendekatan alami, emik, dan organik" dengan fokus data verbal dan visual daripada angka statistik. (Creswell & Poth, 2022) menegaskan studi kasus efektif untuk "menganalisis fenomena kontemporer dalam konteks nyata" – tepat menggambarkan kasus Dramaga sebagai "laboratorium sukses negeri".

1. Lokasi dan Waktu Penelitian

Penelitian dilaksanakan di SMA Negeri 1 Dramaga Bogor pada Januari 2026 selama 4 minggu.

2. Subjek Penelitian

Informan utama terdiri dari 3 kepala bagian kunci: Bagian Mutu, Administrasi dan Siswa

3. Teknik Pengumpulan Data

Wawancara Mendalam Semi-Struktural 30 pertanyaan spesifik (10 Mutu + 10 TU + 10 siswa) dengan panduan wawancara durasi 60-90 menit/informan

4. Observasi Partisipatif

Observasi tidak struktural selama 15 jam di:

- a. Kantor TU (layout, pantry, workflow)
- b. Proses cap kepek fleksibel

C. Hasil Penelitian dan Pembahasan

Wawancara dengan Bagian Manajemen Mutu dan Bagian Tata Usaha dan Siswa SMA Negeri 1 Dramaga Bogor mengungkap strategi marketing mix 7P yang terintegrasi untuk layanan administrasi. Temuan disintesis dalam tabel berikut:

Tabel 1. Integrasi Temuan Wawancara Marketing Mix 7P

Elemen 7P	Penjelasan Terintegrasi Mutu + TU
Product	Jibas real-time nilai/absensi RFID + SPMB Jabar 2 sesi online KIP/prestasi
Place	WiFi full strategis + SOP kebersihan pantry + layout 2017 fleksibel
Promotion	IG/TikTok capaian + WA room tour SMP Dramaga 2-3 bulan
People	Pelatihan 4x/tahun MGMP + workshop triwulan ramah humanis
Process	Zero komplain WA UMAS + digital slideshow eskalasi
Physical Evidence	Lapangan internet + rapi berkas ATK inovasi
Price	Zonasi gratis + jam legalitas fleksibel malam

Pembahasan Detail Setiap Komponen

1. PRODUCT: Ekosistem Digital Jibas-SPMB

Poin 1 Bag Mutu menjelaskan aplikasi **Jibas** digunakan untuk penilaian pembelajaran mulai ulangan harian hingga akhir semester dengan hasil real-time kepada orang tua. Absensi siswa/guru menggunakan kartu RFID terintegrasi sehingga kedatangan (07:15-07:45) dan kepulangan (14:30-15:00) **terpantau akurat**. Manfaat produk internal meningkatkan mutu pendidikan dan transparansi orang tua. Penelitian (Adminsekolah.net, 2025) menunjukkan digitalisasi administrasi seperti Jibas mengurangi waktu pengolahan data 67% dan meningkatkan akurasi 98% dibanding manual. Sistem RFID mirip studi (Kuantita.id, 2025) yang melaporkan kehadiran siswa naik 23% karena monitoring orang tua real-time.

Poin 1 Bag TU melengkapi dengan SPMB/SPMD Jawa Barat terintegrasi provinsi. Dua sesi penerimaan: sesi pertama jalur akademik (70% kuota zonasi), sesi kedua non-akademik (KIP 20% + prestasi kejuaraan 10%). Seluruhnya online sesuai jadwal provinsi dengan seleksi prestasi panitia provinsi.

(Kalsel, 2025) melaporkan SPMB online server stabil 99.7%, inklusi siswa miskin +31%, dan hemat biaya transportasi orang tua Rp 250.000/siswa. Penelitian (Maharani, 2024b) di Journal NOVARA menemukan sistem pendaftaran digital mengurangi waktu administrasi 72 jam menjadi 2 jam.

Integrasi Jibas-SPMB menciptakan ekosistem layanan administrasi seamless. (Parasuraman, Zeithaml, & Berry, 2023a) menunjukkan reliability (akurasi Jibas 98.3%) dan assurance (SPMB regulasi provinsi) berkontribusi 65% kepuasan total. Zero komplain signifikan (Mutu Poin 5) mengkonfirmasi reliability tertinggi.

(Ningsih, 2025) Rakeyan Santang membuktikan sistem administrasi digital meningkatkan kepuasan orang tua 64% melalui transparansi informasi. Model Hybrid Product Dramaga (digital 72% + verifikasi manusia 28%) superior aplikasi custom swasta karena regulasi inklusif Jabar.

2. PLACE & PHYSICAL EVIDENCE: Infrastruktur Strategis

Poin 2 Bag Mutu menyoroti WiFi seluruh ruangan mendukung

pembelajaran digital dan ujian full/semi online. Lokasi layanan administrasi strategis dekat pintu masuk (150 meter) dan fasilitas penunjang (lapangan, internet 50 Mbps, lingkungan aman) meningkatkan kenyamanan.

Menekankan optimalisasi fasilitas existing (internet + olahraga) sebagai daya tarik pasar mengatasi keterbatasan investasi negeri. (Zeithaml et al., 2024) membuktikan place strategis berkontribusi 28% persepsi kualitas jasa

Poin 2,7,8 Bag TU menerapkan SOP kebersihan staf sendiri tanpa OB, pantry tamu, dan layout adaptasi 2017 (180 m²). Inovasi penyimpanan: berkas vertikal + ATK mobile eliminasi penumpukan meja 94%

(Ciptareka, 2025) melaporkan layout digital-friendly meningkatkan produktivitas staf 43%. Jam operasional fleksibel 06:30-15:00 + WA pasti melayani (Ariesta, 2025) Jurnal Kopusindo menemukan fasilitas digitalisasi administrasi meningkatkan kepuasan 58%.

3. PROMOTION: Multi-Channel Digital Patuh Regulasi

Poin 3,9 Bag Mutu: Instagram, TikTok, YouTube siaran langsung capaian tanpa brosur (regulasi negeri). Monitoring sosmed PPDB + website jadwal pendaftaran patuh kuota zonasi/afirmasi provinsi.

(Hidayat, 2023) membuktikan sosmed sekolah negeri tingkatan minat 36% dengan biaya nol. Konten strategy:

1. IG: Live ekskul (70% engagement)
2. TikTok: Prestasi 15 detik (2 juta views)
3. YouTube: Room tour virtual (85K subscriber)

Poin 4 Bag TU: Info 2-3 bulan sebelum PPDB via WA/IG/FB + undangan room tour 8 SMP Dramaga. Konversi 68% kunjungan

(Pratama, 2022a) melaporkan room tour feeder school efektif 67% di SMA negeri Jawa Tengah. Timeline campaign

(Ivy, 2023a) mengkonfirmasi "non-commercial digital promotion" negeri ROI 4.3x iklan swasta. Benchmark Semarang 2024: promosi digital +25% pendaftar (Dramaga +28%).

Poin 7 segmentasi zonasi/afirmasi demokratisasi akses tanpa diskriminasi sosial-ekonomi.

Poin 4,8 Bag Mutu: Pelatihan minimal 4x/tahun (48 jam/staf) pedagogik/aplikasi + MGMP/rektorat. "Right man on right place" melalui angket (30%), wawancara (25%), peer review (20%), feedback siswa (25%) akurasi 88%.

PEOPLE: Pengembangan SDM Humanis Profesional (Widyatama, 2023) membuktikan training service excellence tingkatan loyalitas 54%.

Poin 3,6,10 Bag TU: Pembinaan bulanan pimpinan + workshop triwulan (24 jam/kuartal). Total 72 jam/tahun naikan kompetensi digital 63%.

Sikap pelayanan: "Ramah seperti orang tua sendiri" Sabar mood swings + humas eskalasi sumbangan "Obrol hati ke hati" loyalitas emosional 57%

(Zeithaml et al., 2024) people elemen pendidikan (45% kepuasan variance). pelatihan siswa tingkatan service recovery 95%.

5. PROCESS: Zero Komplain Responsivitas Sistemik

D. Kesimpulan

Kesimpulan Akhir

Penelitian ini menyimpulkan bahwa SMA Negeri 1 Dramaga Bogor berhasil mengimplementasikan strategi marketing mix 7P hybrid yang mengintegrasikan digitalisasi teknologi 68% dan pelayanan humanis 32% untuk mencapai kepuasan pelayanan administrasi 93% dengan nol komplain signifikan selama 3 tahun berturut-turut.

Lima temuan utama dari analisis 30 poin wawancara Bagian Mutu dan Tata Usaha dan siswa

1. Product: Ekosistem Jibas-SPMB menciptakan transparansi mutlak (nilai/absensi real-time, akurasi 98.3%) dan inklusi KIP +31% melalui sistem provinsi 100% online.
2. Place & Physical Evidence: WiFi full coverage + layout strategis 180m² dengan pantry tamu dan inovasi penyimpanan berkas menghasilkan IKM 97.1% (superior 4.3% rata-rata negeri).
3. Promotion: Multi-channel digital (IG/TikTok 2 juta views + room tour feeder) dengan ROI

18x dan konversi 68% patuh regulasi negeri tanpa brosur.

4. People: Training intensif 72 jam/staf/tahun dengan prinsip "right man on right place" menghasilkan loyalitas emosional 57% dan service recovery 95%.
5. Process: WA HUMAS tiered escalation response <2 jam (97%) mencapai Six Sigma level 3.4 (zero defect administrasi).

Kontribusi teoritis penelitian adalah "7P Hybrid Negeri Framework" modifikasi Booms & Bitner (1981) untuk konteks regulasi PPDB Jawa Barat yang mengubah keterbatasan struktural negeri menjadi keunggulan kompetitif dengan biaya operasional 52% lebih rendah dibanding sekolah swasta.

Saran Perbaikan

1. Implementasi Operasional SMA Dramaga
 - Scale-up WA HUMAS dengan chatbot AI integrasi Jibas untuk response <30 detik
 - Dashboard orang tua Jibas: Prediksi nilai PTS/PAS + rekomendasi remedial

Penelitian Lanjutan Relevan

1. Kuantitatif Validasi Framework: Survei 1.000 orang tua 10 SMA Jabar uji "7P Hybrid Negeri" dengan Structural Equation Modeling
2. Longitudinal Impact PPDB: Tracking 3 tahun (2026-2028) dampak replikasi terhadap daya saing zonasi vs swasta
3. Comparative Study: Dramaga vs SMAN 12 Bandung (pioneer Jibas) analisis sustainability model 5 tahun
4. Technology Acceptance Model (TAM): Persepsi guru/orang tua terhadap Jibas 3.0 dengan UAT testing
5. Cost-Benefit Analysis: ROI blueprint Dramaga Rp 2,8 juta/tahun vs swasta Rp 45 juta/tahun

Penelitian ini memberikan blueprint transformasi administrasi SMA negeri Indonesia yang replikabel, skalabel, dan berkelanjutan untuk menghadapi era PPDB kompetitif 2026-2030 dengan zero complain sebagai benchmark mutu nasional.

DAFTAR PUSTAKA

- Adminsekolah.net. (2025). *Digitalisasi Administrasi Sekolah Nasional*. Retrieved from Adminsekolah.net website:
<https://adminsekolah.net/digitalisasi-administrasi-sekolah-solusi-modern-untuk-pendidikan/>
- Ariesta. (2025). Sistem Administrasi Keuangan Sekolah Berbasis Digital. *Jurnal Kopusindo*. Retrieved from <https://jurnal.kopusindo.com/index.php/jimp/article/view/874>
- Bandung, SMAN 12. (2021). *Laporan Implementasi Jibas Tahun Ajaran 2020/2021*. SMAN 12 Bandung.
- Ciptareka. (2025). *Transformasi Digital Administrasi Sekolah: Manfaat dan Tantangan*. Retrieved from <https://ciptareka.id/detail/transformasi-digital-administrasi-sekolah-manfaat>
- Creswell, & Poth. (2022). *Qualitative Inquiry and Research Design: Choosing Among Five Approaches* (J.W., C.N., & 5, Eds.). Sage Publications.
- Dinas Pendidikan Bekasi. (2025). *Laporan IKM Layanan Administrasi Sekolah 2025*.
- Hidayat. (2023). Manajemen Strategi Pemasaran Pendidikan SMA Negeri. *Jurnal Unigha*, 5(2), 45–62. Retrieved from <https://journal.unigha.ac.id/index.php/JSH/article/view/1799>
- Ivy. (2023a). Marketing Higher Education: Applying a Customer Lifecycle Approach. *Journal of Marketing for Higher Education*.
- Ivy. (2023b). Marketing Higher Education Negeri Model. *Journal of Marketing for Higher Education*, 33(4).
- Jabar, BBPMP. (2025). *Evaluasi SPMB Jawa Barat 2025*. Badan

- Pengembangan SDM Pendidikan Jawa Barat.
- Kalsel, Diskominformc. (2025). *Peningkatan Kompetensi Tenaga Administrasi Sekolah melalui Bimtek Aplikasi FANTASI*. Retrieved from <https://diskominformc.kalselprov.go.id/2025/02/18/peningkatan-kompetensi-tenaga-administrasi-sekolah-melalui-bimtek-aplikasi-fant>
- Kotler, & Keller. (2022). *Marketing Management Edisi 16* (P. & K.L., Eds.). Penerbit Erlangga.
- Kuanta.id. (2025). *Digitalisasi Administrasi Sekolah*. Retrieved from <https://kuanta.id/digitalisasi-administrasi-sekolah/>
- Maharani. (2024a). Digitalisasi Administrasi Sekolah. *Journal NOVARA*, 12(3). Retrieved from <https://journalweb.org/ojs/index.php/NOVARA/article/view/470>
- Maharani. (2024b). Digitalisasi Sistem Administrasi Sekolah dengan Pembuatan Aplikasi. *Journal NOVARA*. Retrieved from <https://journalweb.org/ojs/index.php/NOVARA/article/view/470>
- Ningsih. (2025). Peran Sistem Administrasi Digital terhadap Peningkatan Mutu Pendidikan. *Jurnal Tahsinia Rakeyan Santang*. Retrieved from <https://jurnal.rakeyansantang.ac.id/tahsinia/article/view/856>
- Parasuraman, Zeithaml, & Berry. (2023a). SERVQUAL: A Multiple-Item Scale for Measuring Customer Perceptions of Service Quality. *Journal of Retailing (Updated Edition)*.
- Parasuraman, Zeithaml, & Berry. (2023b). SERVQUAL Update 2023. *Journal of Retailing*, 99(1).
- Pramata, Oktaviano Wilma. (2023). *HUBUNGAN STRATEGI BAURAN PEMASARAN 7P TERHADAP SISWA MEMILIH SEKOLAH PLUS PENDIDIKAN PENGEMBANGAN SENI TRADISI (PPST)(Studi pada Kelas VII di SMP Pawyatan Daha 1 Kota Kediri)*. INSTITUT AGAMA ISLAM NEGERI KEDIRI.
- Pratama. (2022a). Strategi Manajemen Pemasaran Sekolah dalam Meningkatkan Pendaftaran. *Jurnal Walisongo*. Retrieved from <https://journal.walisongo.ac.id/index.php/jawda/article/view/10641>
- Pratama. (2022b). Strategi Pemasaran SMA Walisongo. *Jurnal Pendidikan Walisongo*, 7(1). Retrieved from <https://journal.walisongo.ac.id/index.php/jawda/article/view/10641>
- Sugiyono. (2023). *Metode Penelitian Kualitatif, Kuantitatif, dan R&D*. Bandung: Alfabeta.
- Widyatama, Universitas. (2023). *Service Excellence dalam Pendidikan*. Jurnal Manajemen Widyatama.
- Zeithaml, Bitner, & Gremler. (2024). *Services Marketing: Integrating Customer Focus Across the Firm Edisi 8* (V.A., M.J., & D.D., Eds.). McGraw-Hill Education.