

## PENGARUH STRATEGI PEMASARAN PENDIDIKAN DAN MINAT LANJUT STUDI TERHADAP PENERIMAAN MAHASISWA BARU

Martinus Nduru<sup>1</sup>, Chornelia Manisdar Harefa<sup>1</sup>, Owen De Pinto Simanjuntak<sup>1</sup>

Fakultas Ekonomi dan Bisnis, Universitas Sari Mutiara Indonesia, Medan, Sumatera Utara,  
20123, Indonesia

Email: martinusndururu17@gmail.com, depintojuntak@gmail.com

### ABSTRACT

*The purpose of this study is to ascertain how study interest and educational marketing strategy affect the admission of new students to Yayasan Sauri Mitra Utama Medan in 2023. The results of this study are partial and concurrent, but they are favorable and substantial. A qualitative approach is the research methodology employed. The sample method involves giving a list of questions or a Likert scale, which is a measuring scale, and the data gathering method uses a questionnaire utilizing a Google Form. A set of questions that have been meticulously prepared beforehand is provided via questionnaires, which are used to collect data. The analytical method used is validity test, reliability test, classical assumption test, and hypothesis test. Both partially and simultaneously, the findings of this study, " Yayasan Sauri Mitra Utama Medan's new student admissions in 2023 are positively and significantly impacted by educational marketing strategy and interests in continuing education. The obtained R square value is 42.3%, or  $0.423 \times 100$ . This indicates that 42.3% of respondents at Yayasan Sauri Mitra Utama Medan cited educational marketing strategy and interest in furthering their education when deciding whether to admit new students, with the remaining 57.7% citing factors unrelated to this study.*

**Keyword:** service quality; premiums; participant satisfaction

### PENDAHULUAN

Lingkungan global pendidikan diubah oleh proses yang luas dan terbuka. Pasar bebas menawarkan produk industri serta sumber daya manusia yang siap untuk dipekerjakan. Untuk mencetak biro jasa di masa depan, produk pendidikan telah menggunakan strategi pemasaran untuk meningkatkan kerja sama atau transaksi dengan pembeli umum. Peserta didik dan calon siswa pasti memiliki pandangan yang berbeda tentang standar layanan pendidikan yang akan mereka pilih. Studi ini mendukung (Pasaribu, 2015)

Lembaga pendidikan ini bekerja sama dengan Yayasan Sauri Mitra Utama Medan untuk memberikan pendidikan yang bermanfaat bagi masyarakat luas. Organisasi ini berusaha untuk meningkatkan kualitas, terutama untuk meningkatkan penerimaan maba. Ada banyak strategi pemasaran yang digunakan untuk mempromosikan layanan pendidikan bagi mahasiswa. Fasilitas, lokasi yang terjangkau, dan

kenyamanan belajar yang tinggi adalah beberapa strategi yang digunakan. Selain itu, ketersediaan pemilihan minat dimaksudkan untuk mendorong pengembangan kualitas manusia, dengan sasaran utama di bidang komputer dan perhotelan. sesuai dengan perkembangan teknologi untuk memenuhi kebutuhan pasar kerja. Studi ini mendukung (Haloho & Ginting, 2023).

### METODE

Untuk mempermudah penjelasan digunakan data kualitatif dan kuantitatif dimana data kualitatif disajikan bentuk kuesioner dengan menggunakan skala Likert. Sedangkan data dengan menggunakan kuantitatif disajikan dengan menggunakan data olahan data statistik dalam bentuk spss berbentuk pembuktian hipotesis.

## HASIL

### Uji Validitas Data

Validitas mengacu pada ketepatan alat ukur melalui penilaian setiap bagian pertanyaan, yang kemudian dibandingkan dengan nilai total dari seluruh bagian pertanyaan. Dengan menggunakan rumus

product moment,  $r$  hitung harus lebih besar dari  $r$  tabel, sehingga validitas dinyatakan dengan derajat kebebasan ( $df$ ) =  $85 - 2$  adalah 83 pada alpha 5%. Hasil penelitian untuk variabel X1 dijelaskan pada table 4.4: Validitas Variabel X1: Strategi Pemasaran Pendidikan.

**Tabel 4.16 Uji Validitas Variabel Strategi Pemasaran Pendidikan (X1)**

| NO | Indikator | Pernyataan                                                                                                        | R hitung | R tabel | Keterangan |
|----|-----------|-------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|----------|---------|------------|
| 1  | Produk    | Fasilitas Saranag yang dimiliki Mitra Sauri Utama Medan sangat baik                                               | 0.745    | 0.213   | Valid      |
| 2  |           | Orang-orang yang ingin bergabung dengan Mitra Sauri Utama Medan senang dengan layanan yang baik.                  |          |         |            |
| 3  | Harga     | Anggota didik Mitra Sauri Utama Medan menerima biaya pendidikan yang terjangkau.                                  | 0.543    | 0.213   | Valid      |
|    |           |                                                                                                                   |          |         |            |
| 4  | Tempat    | Tempat Lokasi Mitra Sauri Utama Medan.mudah di temukan secara langsung oleh peserta didik maupun masyarakat umum. | 0.681    | 0.213   | Valid      |
| 5  |           | Mitra Sauri Utama Medan dapat di akses online seperti di youtube dan goggle map                                   |          |         |            |
| 6  | Promosi   | Mitra Sauri Utama Medan dapat dengan gampang diakses melalui individu, kelompok, brosur, spanduk, dan Google.     | 0.631    | 0.213   | Valid      |
| 7  |           | Kelebihan kualitas layanan jasa                                                                                   |          |         |            |

Sumber : Hasil pengolahan data spss 26 (2023)

Dari hasil data pengolahan terhadap setiap pernyataan dalam variabel X1 yaitu strategi pemasaran diperoleh validitas pernyataan tentang produk dengan nilai 0.745 , harga dengan nilai 0.543, tempat dengan nilai 0.681, dan promosi dengan

nilai 0.63. Maka dapat disimpulkan bahwa pernyataan untuk variabel X1 yaitu strategi pemasaran dinyatakan valid karena nilai  $r$ -table 0,213 lebih kecil dari  $r$ -hitung

Validitas Variabel X2: Minat

Tabel 4.17 Uji Validitas Variabel Minat (X2)

| NO | Indikator       | Pernyataan                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                              | R hitung | R tabel | Keterangan |
|----|-----------------|-----------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|----------|---------|------------|
| 1  | Perasaan senang | Kerja keras adalah kunci untuk menumbuhkan minat belajar di Lembaga Pendidikan Yayasan Mitra Sauri Utama Medan. Ini adalah tempat yang menyenangkan untuk belajar karena Yayasan Mitra Sauri Utama Medan menawarkan pekerjaan langsung kepada siswa.                                                                                                                                                                                    | 0.804    | 0.213   | Valid      |
| 2  |                 | siswa setelah menyelesaikan pendidikan. Peserta didik lebih tertarik untuk belajar di Yayasan Mitra Sauri Utama Medan karena fokus pada proses pembelajaran teori dan praktek.                                                                                                                                                                                                                                                          |          |         |            |
|    |                 | Semangat adalah kunci untuk menumbuhkan minat belajar di Lembaga Pendidikan Yayasan Mitra Sauri Utama Medan. Ini adalah tempat yang menyenangkan untuk belajar karena Yayasan Mitra Sauri Utama Medan menawarkan pekerjaan langsung kepada siswa.<br><br>siswa setelah menyelesaikan pendidikan. Peserta didik lebih tertarik untuk belajar di Yayasan Mitra Sauri Utama Medan karena fokus pada proses pembelajaran teori dan praktek. |          |         |            |

|   |                |                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                        |       |       |       |
|---|----------------|--------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|-------|-------|-------|
| 4 |                | <p>Semangat adalah kunci untuk menumbuhkan minat belajar di Lembaga Pendidikan Yayasan Mitra Sauri Utama Medan. Ini adalah tempat yang menyenangkan untuk belajar karena Yayasan Mitra Sauri Utama Medan memberikan kesempatan kerja langsung kepada siswa.</p> <p>siswa setelah selesai sekolah. Yayasan Mitra Sauri Utama Medan mengutamakan pembelajaran teori dan praktik, yang menarik siswa.</p> |       |       |       |
| 5 | Ketertarikan   | <p>Pendidikan Yayasan Mitra Sauri Utama Medan. Ini adalah tempat yang menyenangkan untuk belajar karena Yayasan Mitra Sauri Utama Medan menawarkan pekerjaan langsung kepada siswa.</p> <p>siswa setelah menyelesaikan pendidikan. Peserta didik lebih tertarik untuk belajar di Yayasan Mitra Sauri Utama Medan karena fokus pada proses pembelajaran teori dan praktek.</p>                          | 0.698 | 0.213 | Valid |
| 6 |                | Suka mengembangkan minat belajar pada Yayasan pendidikan Mitra Sauri Utama Medan.                                                                                                                                                                                                                                                                                                                      |       |       |       |
| 7 | Adanya kemauan | Adanya minat dapat memberikan dorongan minat melanjutkan pendidikan pada Mitra Sauri Utama Medan.                                                                                                                                                                                                                                                                                                      | 0.696 | 0.213 | Valid |
| 8 |                | Dengan mengetahui Mitra Sauri Utama Medan dapat menimbulkan adanya minat untuk meningkatkan kualitas belajar.                                                                                                                                                                                                                                                                                          |       |       |       |

Sumber : Hasil pengolahan data spss 26 (2023)

Berdasarkan pengolahan data terhadap setiap pernyataan dalam variabel X2 yaitu minat diperoleh validitas pernyataan tentang perasaan senang dengan nilai 0.804, pemusatan perhatian dengan nilai 0.678, ketertarikan dengan nilai 0.698,

dan adanya kemauan 0.696. Maka dapat disimpulkan bahwa pernyataan untuk variabel X2 yaitu strategi pemasaran dinyatakan valid karena nilai r-table 0,213 lebih kecil dari r-hitung

#### Validitas Variabel Y: Keputusan Penerimaan

**Tabel 4.18 Uji Validitas Variabel Keputusan Penerimaan (Y)**

| NO | Indikator           | Pernyataan                                                                                                                                            | R hitung | R tabel | Keterangan |
|----|---------------------|-------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|----------|---------|------------|
| 1  | Pengenalan          | Pada Yayasan Mitra Sauri Utama Medan, langkah pertama adalah berkenalan dengan lembaga pendidikan dan orang-orang.                                    | 0.591    | 0.213   | Valid      |
| 2  |                     | kegiatan mengenal langsung kehidupan pendidikan pada Mitra Sauri Utama Medan.                                                                         |          |         |            |
| 3  | Pencarian informasi | Pendidikan pada Yayasan Sauri Mitra Utama Informasi yang dicari adalah lowongan pekerjaan setelah menempuh pendidikan                                 | 0.596    | 0.213   | Valid      |
| 4  |                     | Pendidikan pada Mitra Sauri Utama Medan. Informasi layanan pendidikan yang diinginkan dapat memberikan keputusan pilihan yang tepat dalam melanjutkan |          |         |            |
| 5  | Memilih             | Menetapkan Tujuan kepada Mitra Sauri Utama Medan merupakan Hal yang tepat dalam memperoleh pekerjaan.                                                 | 0.633    | 0.213   | Valid      |
| 6  |                     | Mitra Sauri Utama Medan sebagai pemilihan satu diantara beberapa alternatif yang baik                                                                 |          |         |            |

Sumber : Hasil pengolahan data spss 26 (2023)

Dari hasil data pengolahan terhadap setiap pernyataan dalam variabel Y yaitu keputusan penerimaan diperoleh validitas pernyataan tentang pengenalan dengan nilai 0.591, pencarian informasi dengan nilai 0.596, memilih dengan nilai 0.633, dan perilaku

setelah memilih 0.701. Maka dapat disimpulkan bahwa pernyataan untuk variabel Y yaitu keputusan penerimaan dinyatakan valid karena nilai r-table 0,213 lebih kecil dari r-hitung.

#### Uji Reliabilitas Data

**Tabel 4.19 Uji Reliabilitas**

| Reliability Statistics |            |
|------------------------|------------|
| Cronbach's Alpha       | N of Items |
| .812                   | 3          |

Sumber : Hasil pengolahan data spss 26 (2023)

Berdasarkan hasil uji reliabilitas untuk tabel dari tiap pertanyaan menunjukkan nilai Cronbach's Alpha 0,812 lebih besar dari 0,6 maka dapat dikatakan bahwa konstruk pertanyaan adalah reabel.

### Uji Normalitas

Berdasarkan hasil uji reliabilitas untuk kuesioner dari tiap pernyataan menyatakan nilai Cronbach's Alpha 0,812 lebih besar dari 0,6 maka dapat dibilang bahwa konstruk pertanyaan adalah reabel.

| One-Sample Kolmogorov-Smirnov Test                 |                |                         |
|----------------------------------------------------|----------------|-------------------------|
|                                                    |                | Unstandardized Residual |
| N                                                  |                | 85                      |
| Normal Parameters <sup>a,b</sup>                   | Mean           | .0000000                |
|                                                    | Std. Deviation | 2.18182944              |
| Most Extreme Differences                           | Absolute       | .082                    |
|                                                    | Positive       | .082                    |
|                                                    | Negative       | -.058                   |
| Test Statistic                                     |                | .082                    |
| Asymp. Sig. (2-tailed)                             |                | .200 <sup>c,d</sup>     |
| a. Test distribution is Normal.                    |                |                         |
| b. Calculated from data.                           |                |                         |
| c. Lilliefors Significance Correction.             |                |                         |
| d. This is a lower bound of the true significance. |                |                         |

Sumber : Hasil pengolahan data spss 26 (2023)

Dengan menggunakan uji Kolomogrov Smirnov maka data dinyatakan telah memenuhi syarat normalitas.

### Uji Regresi Linear Berganda

Studi ini menggunakan analisis regresi linear berganda untuk melihat bagaimana variabel bebas dan variabel terikat berpengaruh satu sama lain. Di bawah ini adalah hasil dari pengolahan data menggunakan program SPSS v26:

Tabel 4.23 : Analisis Regresi Berganda

|       |                                     | Coefficients <sup>a</sup>   |            |                           |       |      | Correlations |         |      | Collinearity Statistics |       |
|-------|-------------------------------------|-----------------------------|------------|---------------------------|-------|------|--------------|---------|------|-------------------------|-------|
|       |                                     | Unstandardized Coefficients |            | Standardized Coefficients |       |      | Zero-order   | Partial | Part | Tolerance               | VIF   |
| Model |                                     | B                           | Std. Error | Beta                      | t     | Sig. |              |         |      |                         |       |
| 1     | (Constant)                          | 6.175                       | 2.042      |                           | 3.024 | .003 |              |         |      |                         |       |
|       | STRATEGI PEMASARAN PENDIDIKAN MINAT | .279                        | .089       | .316                      | 3.146 | .002 | .293         | .328    | .315 | .994                    | 1.006 |
|       |                                     | .286                        | .094       | .306                      | 3.044 | .003 | .282         | .319    | .305 | .994                    | 1.006 |

Dependent Variable: KEPUTUSAN PENERIMAAN

Sumber : Hasil pengolahan data spss 26 (2023)

Apabila hasil olahan spss di atas ditulis dalam persamaan regresi, hasilnya adalah sebagai berikut:  $Y = 6,175 + 0,279 X_1 + 0,286 X_2$  Keterangan: Y adalah keputusan penerimaan. X1 adalah strategi pemasaran pendidikan, X2 adalah minat. Nilai konstanta adalah 6,175, yang menunjukkan bahwa

keputusan studi lanjut sama dengan 61,75% jika strategi pemasaran pendidikan dan minat tidak dilakukan. Nilai koefisien regresi pemasaran pendidikan adalah 0,279, yang menunjukkan bahwa keputusan studi lanjut naik satu satuan, dan variabel lainnya tetap jika pemasaran pendidikan 27,9%.

### Uji Parsial (Uji t)

| Coefficients <sup>a</sup> |                               |                |            |          |       |      |      |              |       |      |              |     |
|---------------------------|-------------------------------|----------------|------------|----------|-------|------|------|--------------|-------|------|--------------|-----|
|                           |                               | Unstandardize  |            | Stand    |       |      |      | Correlations |       |      | Collinearity |     |
|                           |                               | d Coefficients |            | ardize   |       |      |      | Zeroorder    | Parti | Part | Toler        | VIF |
| Model                     |                               | B              | Std. Error | Coef     | t     | Sig. |      |              |       |      |              |     |
| 1                         | (Constant)                    | 6.175          | 2.042      | ficients | 3.024 | .003 |      |              |       |      |              |     |
|                           | STRATEGI PEMASARAN PENDIDIKAN | .279           | .089       | Beta     | 3.146 | .002 | .293 | .328         | .315  | .994 | 1.006        |     |
|                           | MINAT                         | .286           | .094       |          | 3.044 | .003 | .282 | .319         | .305  | .994 | 1.006        |     |

Sumber : Hasil pengolahan data spss 26 (2023)

Berdasarkan table diatas dapat disimpulkan bahwa variabel strategi pemasaran pendidikan berpengaruh terhadap penerimaan siswa baru di Yayasan Sauri Mitra Utama. Begitu juga

dengan Variabel Minat menunjukkan bahwa minat melanjutkan studi memengaruhi keputusan responden Yayasan Sauri Mitra Utama Medan untuk menerima siswa baru.

### Uji Simultan (Uji F)

Hasil dari perhitungan parameter model regresi yang menggabungkan variabel motivasi dan upah. Uji F digunakan untuk mengukur pengaruh kedua variabel independen dan dependen secara

bersamaan. Kriteria uji F terkait dengan hipotesis yang diajukan. Ada efek jika F hitung lebih besar dari F tabel, dan tidak ada jika F hitung lebih rendah dari F tabel. ada pengaruh yang signifikan. Hasil ditunjukkan dalam tabel berikut.

| Model |            | Sum of Squares | df | Mean Square | F     | Sig.              |
|-------|------------|----------------|----|-------------|-------|-------------------|
| 1     | Regression | 86.905         | 2  | 43.452      | 8.911 | .000 <sup>b</sup> |
|       | Residual   | 399.872        | 82 | 4.876       |       |                   |
|       | Total      | 486.776        | 84 |             |       |                   |

Sumber : Hasil pengolahan data spss 26 (2023 )

Ini menunjukkan bahwa pilihan responden Yayasan Sauri Mitra Utama Medan untuk menerima siswa baru dipengaruhi oleh strategi pemasaran pendidikan dan minat.

## SIMPULAN

Studi yang dilakukan di Yayasan Sauri Mitra Utama Medan menunjukkan bahwa strategi pemasaran pendidikan memengaruhi keputusan untuk menerima siswa baru, dengan nilai  $t^{\text{hitung}}$  3,146 dan nilai  $t^{\text{tabel}}$  1,98827, signifikan 0,002 lebih besar dari 0,05. Hasilnya menunjukkan bahwa minat untuk melanjutkan studi memengaruhi keputusan untuk menerima siswa baru, dengan nilai  $F^{\text{hitung}}$  8,911, nilai  $F^{\text{tabel}}$  2,71, dan nilai signifikansi. 000 di bawah 0,05. Nilai  $t^{\text{hitung}}$  3,044 lebih besar dari nilai  $t^{\text{tabel}}$  1,98827, dan nilai signifikansi 0.002 di bawah 0,05. Ini menunjukkan bahwa keputusan tentang penerimaan siswa baru terus dipelajari oleh Strategi Pemasaran Pendidikan dan Minat.

## REFERENSI

- Arikunto, S. 2014. *Prosedur Penelitian Suatu Pendekatan Praktik*. Jakarta: Rineka Cipta.
- Miguna Astuti dan Agni Amanda, 2020. *Pengantar manajemen pemasaran*, Yogyakarta.
- Buchari alma dan ratih hurriyati, 2019. *Manajemen Corporate Dan Strategi Pemasaran Pendidikan Fokus Pada Mutu Dan Layanan Prima*, Bandung: Alfabeta
- Buchari alma, 2020. *Manajemen Pemasaran Dan Pemasaran Jasa*, Bandung: Alfabeta
- David wijaya, 2016. *Pemasaran Jasa Pendidikan*, Jakarta: Bumi Aksara
- Fitria Hadiyati, 2014. *Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Minat Mahasiswa Memilih Perguruan Tinggi Ekonomi*. Jurnal Ekonomi dan Perbankan Syariah. ISSN 2579-6437.  
<https://journal.sebi.ac.id/index.php/jeps/article/view/144/109>
- Forum Manajemen Indonesia (FMI 9), Semarang ISBN: 978-602-8557-31-3 Patra Semarang Hotel & Convention, 8-10 November 2017
- Pengaruh Reputasi Universitas Terhadap Keputusan Mahasiswa Memilih Studi Di Universitas Islam Sumatera Utara*.
- Ghozali. I. 2016. *Aplikasi Analisis Multivariate dengan Program IBM SPSS 21 Update PLS. Edisi Ketujuh*. Penerbit Universitas Diponegoro. Semarang.
- Jembatan: jurnal ilmiah manajemen vol. 17, no.1, april 2020  
<https://ejournal.unsri.ac.id/index.php/jembatan/index> jembatan: jurnal ilmiah manajemen vol. 17, no. 2, april 2020 61 *Faktor Yang Mempengaruhi Keputusan Pemilihan Perguruan Tinggi Swasta (Studi Universitas Muria Kudus)*
- Lestari, P. (2016, 1 14). *Pentingnya Pendidikan Bagi Bangsa Indonesia*. Retrieved from student.cnnindonesia.com: <http://www.student.cnnindonesia.com>
- Moh. Uzer Usman Dan Lilis Setyowati, 2019. *Upaya Optimalisasi Kegiatan Belajar Mengajar*. Bandung: Remaja Rosdakarya.
- Nasruddin, (2021). *Pengaruh Strategi pemasaran Terhadap Keputusan Pembelian Mobil Toyota Di PT. Hadji Kalla Cabang Palopo*. Management Development and Applied Research Journa. 22. E-ISSN: 2654-4504.  
file:///C:/Users/ACER/Downloads/1097-Article%20Text-4680-1-1020210630.pdf
- Yeti heryati dan Mumuh Muhsin, 2020. *Manajemen Sumber Daya Pendidikan*, Bandung: Cv Pustaka Setia.
- Sumber Spss 26, 2023. *Uji Validitas*, Medan.
- Purba, Kuras, and Kusman Sudibjo. "The effects analysis of transformational leadership, work motivation and compensation on employee performance in PT. Sago Nauli." *Budapest International*

- Research and Critics Institute (BIRCI-Journal): Humanities and Social Sciences* 3.3 (2020): 1606-1617.
- Pasaribu, Eva Solita. "Sistem Pendukung Keputusan Promosi Jabatan Karyawan dengan Metode Analytical Hierarchy Process (AHP) studi kasus pada PT. Selular Global Net Medan." *JURTEKSI ROYAL Edisi2* (2015).
- Pengaruh Kualitas Pelayanan Dan Besaran Premi Terhadap Tingkat Kolektibilitas Dan Kepuasan Peserta Sebagai Variabel Intervening Pada BPJS Kesehatan Cabang Manado." *Jurnal Ilmu Pendidikan Nonformal* 07 (02): 633–45.
- Maghfiroh, Lisa Novianni, and Hilda Syaf'aini Harefa. 2019. "Pengaruh Komunikasi Interpersonal Terhadap Kepuasan Pemustaka Di Upt Perpustakaan Universitas Stikubank (Unisbank) Semarang." *Jurnal Lensa Mutiara Komunikasi* 3 (1): 50–64.
- Markonah, Markonah. 2021. "Analysis Relates to The Role of Premium Income, Claim Expenses, Investment Result and Risk Based Capital (RBC) Against the General Insurance Companies' Profits Income (Case Study on General Insurance Which Registered in The Indonesia Stock Exchange." *Dinasti International Journal of Economics, Finance & Accounting* 2 (2): 135–49. <https://doi.org/10.38035/dijefa.v2i2.856>.
- Mulyawan, Setia. 2019. *Manajemen Resiko*. Bandung: CV Pustaka Setia.
- Rendy. 2019. *Pengertian Premi Asuransi Dengan Fungsi Dan Jenis Komponennya*. Jakarta. Diakses dari <https://www.prosesbayar.com>. Pada tanggal 14 Juli 2021 Rosyidi, M. Imron, I Wayan Sudarta, and Eko Susilo. 2020. *Manajemen Mutu Pelayanan Kesehatan*. Jakarta: Gosyen Publishing.
- S, Buenita, Perry Boy Chandra Siahaan, and Nina Safitri. 2023. "Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Pasien Peserta Badan Penyelenggara Jaminan Sosial." *Jurnal Kesmas Asclepius* 5 (2): 196–208. <https://doi.org/10.31539/jka.v5i2.7972>.
- Simanihuruk, Peran, Zilfana, Antonius Prahendratno, Darwis Tamba, Roslinda Sagala, Roby Ahada, Mery Lani Br Purba, Deddy Rakhmad Hidayat, and Sitti Hartini Rachman. 2023. *Memahami Perilaku Konsumen: Strategi Pemasaran Yang Efektif Pada Era Digital*. Edited by Efitra, Sepriano, and Andra Juansa. Jambi: PT. Sonpedia Publishing Indonesia.
- Sugiyono, and Puji Lestari. 2021. *Metode Penelitian Komunikasi (Kuantitatif, Kualitatif, Analisis Teks, Cara Menulis Artikel Untuk Jurnal Nasional Dan Internasional)*. Edited by Sunarto. Alfabeta Bandung. Bandung: Alfabeta CV. <https://doi.org/10.14710/jdep.1.3.35-45>.
- Suma, Muhammad Amin, and lim Qo'immudin Amin. 2020. *Asuransi Syariah Di Indonesia : Telaah Teologis, Historis, Sosiologis, Yurudus, Dan Futurologis*. Jakarta.
- Tambunan, Elisabet, and Marupa Siregar. 2022. "Pengaruh Kualitas Pelayanan Dan Harga Terhadap Kepuasan Pelanggan Dalam Menggunakan Jasa Transportasi Pada PT. Pas Transport Medan." *Jurnal Teknologi, Kesehatan Dan Ilmu Sosial* 4 (2): 430–37.
- Tambunan, Formaida, Mery Lani Br Purba, and Elisabet Tambunan. 2023. "Pengaruh Harga Dan

- Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Pelanggan Transportasi Bus CV. Makmur.” *Journal of Education, Humaniora and Social Sciences (JEHSS)* 6 (2): 870–76. <https://doi.org/10.34007/jehss.v6i2.1956>.
- Tjiptono, Fandy. 2019. *Pemasaran Jasa : Prinsip, Penerapan Dan Penelitian*. Edited by Anastasia Diana. Yogyakarta: Andi Offset.
- Undang-Undang. 2004. “Undang-Undang Republik Indonesia Nomor 40 Tahun 2004 Tentang Sistem Jaminan Sosial Nasional.”
- . 2011. “Undang-Undang Republik Indonesia Nomor 24 Tahun 2011 Tentang Badan Penyelenggara Jaminan Sosial.”
- Yandi, Andri. 2019. “Meningkatkan Kepuasan Nasabah Melalui Kualitas Pelayanan Yang Di Mediasi Oleh Kepercayaan (Survey Pada BRI Kcp Unit Kuamang Kuning Kabupaten Bungo).” *J-MAS (Jurnal Manajemen Dan Sains)* 4 (1): 156–62. <https://doi.org/10.33087/jmas.v4i1.83>.
- Yuarsa, Tri Agus, Sari Nurulita, and Nafiah Ariyani. 2022. “Strategi Komunikasi Pemasaran Pelayanan Kesehatan Rumah Sakit Pemerintah UNTuk Masyarakat Umum.” *Jurnal Lensa Mutiara Komunikasi* 6 (2): 344–58.
- Zain, Sitti Fatimah, and Andi Surahman Batara. 2021. “Faktor Yang Berhubungan Dengan Kepatuhan Membayar Iuran BPJS Mandiri Pada Pasien Di RSUD Kabupaten Mamuju.” *Window of Public Health Journal* 2 (4): 689–98. <https://doi.org/10.33096/woph.v2i4.221>.
- Haloho, E., & Ginting, M. (2023). Pengaruh Costumer Experience Dan Customer Bonding Terhadap Daya Saing Pada Konsumen Di Mega Park Medan. *Pengaruh Costumer Experience Dan Customer Bonding Terhadap Daya Saing Pada Konsumen Di Mega Park Medan*, 23(1), 140–147. [http://ejournal.ust.ac.id/index.php/JIMB\\_ekonomi](http://ejournal.ust.ac.id/index.php/JIMB_ekonomi)
- Pasaribu, S. E. & I. (2015). Sitem Pendukung Keputusan Promosi Jabatan Karyawan Dengan Metode Analytical Hierarchy Process (AHP) Studi Kasus Pada PT.Selular Global Net Medan. *Teknologi Dan Sistem Informasi, AHP*, 71–78.