

DAFTAR PUSTAKA

- Aaker, D. A. (2018). *Manajemen ekuitas merek*. Mitra Utama.
- Afia, M. N., Zainudin, M., & Mujahidin, A. (2020). Pengaruh latar belakang status sosial ekonomi orang tua dan *self-efficacy* terhadap minat melanjutkan studi ke perguruan tinggi siswa MA Plus Al-Hadi Bojonegoro tahun ajaran 2019/2020. *Jurnal Pendidikan Edutama*, 1, 1–9.
- Ajzen, I. (1991). *The theory of planned behavior*. *Organizational Behavior and Human Decision Processes*, 50(2), 179–211. [https://doi.org/10.1016/0749-5978\(91\)90020-T](https://doi.org/10.1016/0749-5978(91)90020-T)
- Badan Pusat Statistik. (2023). *Statistik pendidikan di Kabupaten Malang*. Badan Pusat Statistik.
- Budiarto, H., Yadnyawati, I. A. G., & Wong, M. (2025). Analisis perspektif orang tua dalam pengambilan keputusan memilih sekolah (Studi kasus pada orang tua siswa Buddhis di Kabupaten Tangerang). *Jurnal Ilmiah Pendidikan Dasar*, 10(September).
- Crow, L. D., & Crow, A. (1956). *Educational psychology*. Appleton-Century-Crofts.
- Diani, F. U., Dewi, R., & Amalia, I. (2021). Pengambilan keputusan orang tua dalam pemilihan sekolah bagi anak. *Jurnal Psikologi Terapan*. <https://ojs.unimal.ac.id/jpt/article/view/9373/0>
- Effendi, A. K., Susanti, E., & Widiatami, A. K. (2024). Determinan minat melanjutkan studi perguruan tinggi pada siswa akuntansi SMK Negeri 1 Batang. *Business and Economic Analysis Journal*, 4(1), 14–28. <https://doi.org/10.15294/beaj.v4i1.t51r4z24>
- Fauzi, I., Takidah, E., & Indriani, S. (2024). Pengaruh status sosial ekonomi orang tua, lingkungan teman sebaya dan *self-efficacy* terhadap minat melanjutkan pendidikan pada siswa SMK Negeri di Jakarta Selatan. *Ekonomi, Manajemen dan Akuntansi*, 1192, 118–127.
- Hair, J. F., Hult, G. T. M., Ringle, C. M., & Sarstedt, M. (2022). *A Primer on Partial Least Squares Structural Equation Modeling (PLS-SEM)*. SAGE Publications.
- Harahap, N. R., Rachmawati, I. K., & Handoko, Y. (2024). Pengaruh biaya pendidikan, lokasi, dan citra sekolah terhadap keputusan orang tua memilih Sekolah Menengah Pertama (SMP) Citra

- Berkat Surabaya. *Ekonomi Manajemen dan Bisnis*, 2, 140–151.
- Husniati, E. (2024). Pengaruh *brand image* terhadap keputusan memilih sekolah di MTs Arrahmah Purwotengah Papar Kediri. *Ekonomi dan Bisnis*, 1, 1–8.
- Id, T. N. C., & Oppenheimer, D. M. (2024). *Parental rights or parental wrongs: Parents' metacognitive knowledge of the factors that influence their school choice decisions*. 1–27. <https://doi.org/10.1371/journal.pone.0301768>
- Kotler, P., & Keller, K. L. (2016). *Marketing management* (15th ed.). Pearson Education.
- Ogawa, K., Alam, J., Noman, S., & Parvin, M. (2025). *Parental perception on school choice for quality early childhood education in Bangladesh: A socio-economic analysis*. *Cogent Education*, 12(1). <https://doi.org/10.1080/2331186X.2025.2543137>
- Putra, A. P., Yetri, & Ayu, S. M. (2023). Implikasi *marketing mix* dan citra sekolah terhadap keputusan orang tua memilih sekolah anak. *Tapis: Jurnal Penelitian Ilmiah*, 7(1), 1–9.
- Putri, K., Adnan, A. R., & Artino, A. (2025). Strategi pemasaran sekolah: Analisis pengaruh *brand image*, *digital marketing*, dan *word of mouth* terhadap keputusan pilihan siswa. 4.
- Rajasa, P. G. A., & Jannah, A. T. (2020). Hubungan persepsi harapan orang tua terhadap pengambilan jurusan SMA/SMK siswa kelas VIII SMPN 1 Balongbendo. *Bikotetik*, 04, 46–49.
- Rumaisha, H., Undayasari, D., Abidin, Y., & Wathoni, H. (2025). Persepsi orang tua terhadap kelompok belajar dan motivasi menyekolahkan anak sebagai dasar pemilihan pendidikan anak usia dini. *Lentera Anak*, 61–83.
- Santrock, J. W. (2014). *Adolescence* (14th ed.). McGraw-Hill.
- Schiffman, L. G., & Wisenblit, J. (2015). *Consumer behavior* (11th ed.). Pearson Education.
- Sembiring, V. A., Sugeng, N. W., Desafitri, L., & Bilqis, R. (2025). Faktor-faktor yang mempengaruhi keputusan pembelian melalui moderasi *brand image* (Studi kasus pada calon mahasiswa baru Institut Pariwisata Trisakti dalam memilih kampus). *Ekonomi dan Bisnis*, 30(1), 85–100.

- Sproles, G. B., & Kendall, E. L. (1986). *A methodology for profiling consumers' decision-making styles*. *Journal of Consumer Affairs*, 20(2), 267–279.
- Sugiyono. (2019). *Metode penelitian kuantitatif, kualitatif dan R&D*. Alfabeta.
- Suharoto, K. S., Febriansyah, & Kamila, M. D. (2024). Moderasi citra merek sekolah terhadap pengaruh promosi digital dan kualitas layanan terhadap minat calon siswa baru di SMK Laboratorium Global. *JOEAI (Journal of Education and Instruction)*, 7(2019), 561–572.
- Utomo, H. Y., & Purwanto, S. (2022). *Social media marketing, brand image dan trust terhadap repeat purchase pada marketplace*. *Journal of Management and Business (JOMB)*, 4, 1305–1315. <https://doi.org/10.31539/jomb.v4i2.4500>
- Utomo, N. F., & Santoso, A. B. (2020). Analisis faktor-faktor yang mempengaruhi minat siswa menengah pertama melanjutkan ke sekolah menengah kejuruan. *The Teacher of Civilization*. <https://journal.iain-manado.ac.id/index.php/jpai/article/view/1179>
- Yong, A., & Lee, S. (2026). *The socioeconomic gap in the development of Korean adolescents' occupational aspirations while approaching the post-secondary transition*. *International Journal for Educational and Vocational Guidance*, 26(1), 125–145. <https://doi.org/10.1007/s10775-024-09690-7>