

**IMPLEMENTASI *WORD OF MOUTH MARKETING* (WOMM) DALAM
MEMBANGUN *BRAND IMAGE* MADRASAH ADIWIYATA DI MI AL-
MUHSINUN MOJOKERTO**

SKRIPSI

Oleh:

SHOFI NUR ADDINA
06020321047



Dosen Pembimbing I

Prof. Dr. Samsul Maarif, M.Pd.
NIP. 196404071998031003

Dosen Pembimbing II

Dr. Sahudi, S.Pd.I, M.H.I., M.Pd.
NIP. 197704122009121001

**PROGRAM STUDI MANAJEMEN PENDIDIKAN ISLAM
JURUSAN PENDIDIKAN ISLAM
FAKULTAS TARBIYAH DAN ILMU KEGURUAN
UNIVERSITAS ISLAM NEGERI SUNAN AMPEL SURABAYA**

2026

PERNYATAAN KEASLIAN SKRIPSI

Yang bertanda tangan dibawah ini:

Nama : Shofi Nur Addina

NIM : 06020321047

Judul Skripsi : Implementasi *Word of Mouth Marketing* (WOMM) dalam
Membangun *Brand Image* Madrasah Adiwiyata di MI Al-
Muhsinun Mojokerto

Dengan ini menyatakan bahwa skripsi ini secara keseluruhan adalah hasil penelitian
atau karya saya sendiri, kecuali pada bagian-bagian yang dirujuk sumbernya.

Surabaya, 28 April 2026

Pembuat Pernyataan,



Shofi Nur Addina
06020321047

HALAMAN PERSETUJUAN PEMBIMBING

Skripsi oleh:

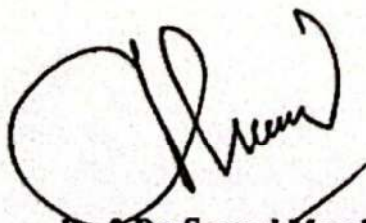
Nama : Shofi Nur Addina
NIM : 06020321047
Prodi : Manajemen Pendidikan Islam
Judul Skripsi : Implementasi *Word of Mouth Marketing* (WOMM) dalam
Membangun *Brand Image* Madrasah Adiwiyata di MI Al-
Muhsinin Mojokerto

Telah diperiksa dan disetujui untuk diujikan.

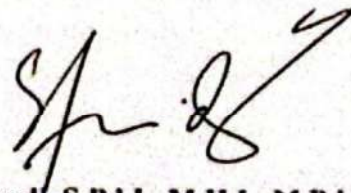
Surabaya, 28 April 2026

Pembimbing I

Pembimbing II



Prof. Dr. Samsul Maarif, M.Pd
NIP. 196404071998031003



Dr. Sahudi, S.Pd.I., M.H.I., M.Pd.
NIP. 197704122009121001

PENGESAHAN TIM PENGUJI SKRIPSI

Skripsi Oleh Shofi Nur Addina ini telah dipertahankan di depan Tim Penguji
Skripsi Fakultas Tarbiyah Dan Keguruan Universitas Islam Negeri Sunan Ampel

Surabaya, 30 Juni 2026

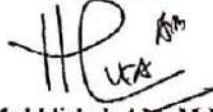
Mengesahkan,

Dekan,



Prof. Dr. H. Muhammad Thohir, S.Ag., M.Pd.
NIP. 197407251998031001

Penguji I,


Dr. Mukhlisah A.M., M.Pd.
NIP. 196805051994032001

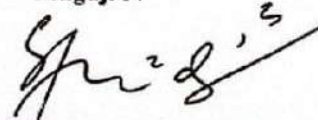
Penguji II,


Dr. Sulanam, M. Pd
NIP. 197911302014111003

Penguji III,


Prof. Dr. Samsul Maarif, M.Pd.
NIP. 196404071998031003

Penguji IV


Dr. Sahudi/ S.Pd.I, M.H.I., M.Pd.
NIP. 197704122009121001

LEMBAR PERSETUJUAN PUBLIKASI



**KEMENTERIAN AGAMA
UNIVERSITAS ISLAM NEGERI SUNAN AMPEL SURABAYA
PERPUSTAKAAN**

Jl. Jend. A. Yani 117 Surabaya 60237 Telp. 031-8431972 Fax. 031-8413300
E-Mail: perpus@uinsby.ac.id

**LEMBAR PERNYATAAN PERSETUJUAN PUBLIKASI
KARYA ILMIAH UNTUK KEPENTINGAN AKADEMIS**

Sebagai sivitas akademika UIN Sunan Ampel Surabaya, yang bertanda tangan di bawah ini, saya:

Nama : SHOFI NUR ADDINA
NIM : 06020321047
Fakultas/Jurusan : TARBIYAH DAN KEGURUAN/ PENDIDIKAN ISLAM
E-mail address : naddinshofiii@gmail.com

Demi pengembangan ilmu pengetahuan, menyetujui untuk memberikan kepada Perpustakaan UIN Sunan Ampel Surabaya, Hak Bebas Royalti Non-Eksklusif atas karya ilmiah :

☒ Skripsi ☐ Tesis ☐ Desertasi ☐ Lain-lain (.....)
yang berjudul :

IMPLEMENTASI *WORD OF MOUTH MARKETING* DALAM MEMBANGUN *BRAND*

***IMAGE* MADRASAH ADIWIYATA DI MI AL-MUHSINUN MOJOKERTO**

beserta perangkat yang diperlukan (bila ada). Dengan Hak Bebas Royalti Non-Eksklusif ini Perpustakaan UIN Sunan Ampel Surabaya berhak menyimpan, mengalih-media/format-kan, mengelolanya dalam bentuk pangkalan data (database), mendistribusikannya, dan menampilkan/mempublikasikannya di Internet atau media lain secara *fulltext* untuk kepentingan akademis tanpa perlu meminta ijin dari saya selama tetap mencantumkan nama saya sebagai penulis/pencipta dan atau penerbit yang bersangkutan.

Saya bersedia untuk menanggung secara pribadi, tanpa melibatkan pihak Perpustakaan UIN Sunan Ampel Surabaya, segala bentuk tuntutan hukum yang timbul atas pelanggaran Hak Cipta dalam karya ilmiah saya ini.

Demikian pernyataan ini yang saya buat dengan sebenarnya.

Surabaya, 30 Juni 2026

Penulis,

**Shofi Nur Addina
NIM 06020321047**

ABSTRAK

Shofi Nur Addina (06020321047), 2026. Implementasi *Word of Mouth Marketing* dalam Membangun *Brand Image* Madrasah Adiwiyata di MI Al-Muhsinun Mojokerto. Dosen Pembimbing I Prof. Dr. Samsul Maarif, M.Pd. dan Dosen Pembimbing II Dr. Sahudi, S.Pd.I, M.H.I, M.Pd.

Skripsi ini berjudul *Implementasi Word of Mouth Marketing* dalam Membangun *Brand Image* Madrasah Adiwiyata di MI Al-Muhsinun Mojokerto. Fokus penelitian dalam skripsi ini meliputi 1) *Implementasi word of mouth marketing* dalam membangun *brand image* Madrasah Adiwiyata di MI Al-Muhsinun Mojokerto; dan 2) Dampak *word of mouth marketing* dalam membangun *brand image* Madrasah Adiwiyata di MI Al-Muhsinun Mojokerto. Penelitian ini menggunakan pendekatan deskriptif kualitatif, dengan pengumpulan data melalui observasi, wawancara, dan dokumentasi. Informan dalam penelitian ini adalah Kepala Madrasah, Waka Kurikulum, Waka Humas, Ketua Tim GPBLHS (Adiwiyata), Wali Kelas, Wali Siswa, dan Masyarakat Lingkungan Kauman. Peneliti menerapkan metode analisis dan interpretasi data, serta menggunakan triangulasi sumber dan teknik untuk memastikan keabsahan data penelitian. Dari hasil penelitian ini ditemukan bahwa, MI Al-Muhsinun Mojokerto mengimplementasikan *word of mouth marketing* dalam membangun *brand image* madrasah adiwiyata yakni: 1) *Talkers* (Pembicara) terbagi menjadi 3 bagian, yaitu Tim Adiwiyata (GPBLHS), Kepala Madrasah (antar lembaga), dan kader adiwiyata serta wali siswa (c2c); 2) *Topics* (Topik) yakni meliputi integrasi pendidikan ramah lingkungan hidup (PRLH) dengan kurikulum, serta pembiasaan dan aksi lingkungan seperti Jum'at Bersih, pawai bank sampah, dan 3R menjadi pemantik *word of mouth*; 3) *Tools* (Alat) yakni meliputi womm digital melalui social media (Instagram, YouTube, TikTok, dan WhatsApp), serta womm organic melalui pertemuan secara langsung antar madrasah; 4) *Taking Part* (Partisipasi) yakni menjalin kerja sama dengan Dinas Lingkungan Hidup (DLH) Kota Mojokerto, Ta'mir Masjid Agung Al-Fattah, Bank Sampah Lingkungan Kauman, dan Wali Murid; 5) *Tracking* (Pemantauan) yakni pemantauan secara digital berupa *insight* dan komentar negatif pada Instagram serta secara organic berupa penanganan *negative word of mouth* melalui mediasi dan kolaborasi dengan lembaga terkait yang bersikap skeptis. Sementara dampak *word of mouth marketing* dalam membangun *brand image* madrasah adiwiyata yakni: 1) Validasi mutu internal dan eksternal yang menunjukkan bahwa MI Al-Muhsinun telah terakreditasi A dan telah menyandang status Madrasah Adiwiyata Kota pada Tahun 2023 dan Madrasah Adiwiyata Provinsi pada Tahun 2024; 2) Meningkatnya kuantitas peserta didik MI Al-Muhsinun selama tiga tahun terakhir (2022-2025) dan kualitas karakter anak; 3) serta terbentuknya citra madrasah adiwiyata yang berbudaya lingkungan.

Kata Kunci: *Word of Mouth Marketing (WOMM), Brand Image, Madrasah Adiwiyata, MI Al-Muhsinun Mojokerto*

DAFTAR ISI

PERNYATAAN KEASLIAN SKRIPSI.....	iii
HALAMAN PERSETUJUAN PEMBIMBING	iv
PENGESAHAN TIM PENGUJI SKRIPSI	v
LEMBAR PERSETUJUAN PUBLIKASI	vi
MOTTO	vii
HALAMAN PERSEMBAHAN.....	viii
KATA PENGANTAR.....	ix
ABSTRAK	xi
DAFTAR ISI.....	xii
DAFTAR TABEL.....	xv
DAFTAR LAMPIRAN	xvi
BAB I PENDAHULUAN.....	1
A. Latar Belakang Penelitian.....	1
B. Fokus Penelitian.....	9
C. Tujuan Penelitian.....	9
D. Manfaat Penelitian.....	10
E. Definisi Konseptual	11
1. <i>Word of Mouth Marketing (WOMM)</i>	11
2. <i>Brand Image</i> Madrasah Adiwiyata.....	13
F. Keaslian Penelitian.....	15
G. Sistematika Pembahasan	20
BAB II KAJIAN PUSTAKA.....	23
A. <i>Word of Mouth Marketing (WOMM)</i>.....	23

1. Teori <i>Word of Mouth Marketing</i> (WOMM).....	23
2. Jenis-Jenis <i>Word of Mouth</i> (WOM)	25
3. Faktor-Faktor yang Mempengaruhi <i>Word Of Mouth</i> (WOM)	26
4. Indikator <i>Word Of Mouth</i> (WOM)	26
B. Program Adiwiyata.....	28
C. <i>Brand Image</i> Madrasah Adiwiyata.....	31
1. Konsep <i>Brand Image</i> Madrasah Adiwiyata	31
2. Indikator <i>Brand Image</i> Madrasah Adiwiyata.....	33
3. Faktor-Faktor Pembentuk <i>Brand Image</i>	35
BAB III METODE PENELITIAN	37
A. Jenis Penelitian.....	37
B. Lokasi Penelitian.....	38
C. Sumber Data dan Informan Penelitian.....	38
1. Sumber Data	38
2. Informan Penelitian	39
D. Instrumen Pengumpulan Data.....	40
1. Observasi	41
2. Wawancara	42
3. Dokumentasi.....	50
E. Teknik Analisis Data.....	52
F. Keabsahan Data	56
BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN.....	58
A. Deskripsi Lokasi Penelitian.....	58
1. Profil MI Al-Muhsinun Mojokerto.....	58
2. Visi, Misi dan Tujuan MI Al-Muhsinun Mojokerto.....	59

3. Struktur Organisasi MI Al-Muhsinun Mojokerto.....	60
4. Deskripsi Informan.....	60
B. Temuan Penelitian	61
1. Implementasi <i>Word of Mouth Marketing</i> dalam Membangun <i>Brand Image</i> Madrasah Adiwiyata di MI Al-Muhsinun Mojokerto	61
2. Dampak <i>Word of Mouth Marketing</i> dalam Membangun <i>Brand Image</i> Madrasah Adiwiyata di MI Al-Muhsinun Mojokerto	80
C. Analisis Temuan	92
1. Implementasi <i>Word of Mouth Marketing</i> (WOMM) dalam Membangun <i>Brand Image</i> Madrasah Adiwiyata di MI Al-Muhsinun Mojokerto	92
2. Dampak <i>Word of Mouth Marketing</i> (WOMM) dalam Membangun <i>Brand Image</i> Madrasah Adiwiyata di MI Al-Muhsinun Mojokerto	112
BAB V PENUTUP.....	131
A. Kesimpulan.....	131
B. Saran.....	132
DAFTAR PUSTAKA.....	134
LAMPIRAN.....	138

DAFTAR TABEL

Tabel 3. 1 Informan Penelitian	40
Tabel 3. 2 Indikator Kebutuhan Data Observasi.....	41
Tabel 3. 3 Indikator Kebutuhan Data Wawancara	42
Tabel 3. 4 Indikator Kebutuhan Data Dokumentasi	50
Tabel 3. 5 Pengkodean Data Penelitian.....	55
Tabel 4. 1 Profil MI Al-Muhsinun Mojokerto.....	58
Tabel 4. 2 Informan MI Al-Muhsinun Mojokerto	60
Tabel 4. 3 Triangulasi Implementasi Word of Mouth Marketing (WOMM) dalam Membangun Brand Image Madrasah Adiwiyata di MI Al-Muhsinun Mojokerto.....	77
Tabel 4. 4 Jumlah Keseluruhan Siswa MI Al-Muhsinun Tahun Ajaran 2020/2021 – 2024/2025	89
Tabel 4. 5 Triangulasi Dampak Word of Mouth Marketing (WOMM) dalam Membangun Brand Image Madrasah Adiwiyata di MI Al-Muhsinun Mojokerto.....	91

UIN SUNAN AMPEL
S U R A B A Y A

DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran 1. Surat Izin Penelitian.....	138
Lampiran 2. Struktur Organisasi MI Al-Muhsinun Mojokerto.....	139
Lampiran 3. SK Tim Gerakan PBLHS (Talkers).....	139
Lampiran 4. SK Visi Misi MI Al-Muhsinun Mojokerto (Topics)	140
Lampiran 5. Rencana Pelaksanaan Pembelajaran (RPP) Mapel Tematik.....	140
Lampiran 6. Permen LHK No. 52 Tahun 2019.....	141
Lampiran 7. Screenshot Media Sosial Madrasah	141
Lampiran 8. Dokumen MoU dengan DLH, Takmir Masjid, Bank Sampah	142
Lampiran 9. Screenshot Insight Postingan Instagram.....	143
Lampiran 10. Screenshot Chat Wali Murid.....	143
Lampiran 11. Data Jumlah Peserta Didik Tahun 2020-2025	144
Lampiran 12. Kegiatan Belajar Mengajar PRLH	145
Lampiran 13. Kegiatan Sosialisasi dan Kampanye Lingkungan Hidup.....	146
Lampiran 14. Kegiatan Jum'at Bersih.....	146
Lampiran 15. Kegiatan Bank Sampah.....	147
Lampiran 16. Kegiatan Reduce, Reuse, Recycle (3R)	148
Lampiran 17. Kegiatan Tim Adiwiyata Mengupload Konten.....	149
Lampiran 18. Kerjasama dengan DLH, Ta'mir Masjid, dan Bank Sampah	149
Lampiran 19. Kegiatan Menanam Tanaman	150
Lampiran 20. Kegiatan Visitasi & Pembinaan oleh DLH.....	151
Lampiran 21. Sarana Prasarana Pendukung Ramah Lingkungan	152
Lampiran 22. Penerimaan Penghargaan Adiwiyata Tingkat Kota	153
Lampiran 23. Penerimaan Penghargaan Adiwiyata Tingkat Provinsi	154
Lampiran 24. Kader Adiwiyata MI Al-Muhsinun.....	155
Lampiran 25. Kegiatan Penilaian Kinerja Kepala Madrasah (PKKM).....	155
Lampiran 26. Dokumentasi Wawancara	156
Lampiran 27. Surat Keterangan Telah Melaksanakan Penelitian	159

DAFTAR PUSTAKA

- Alfa, Nurul, and Lilik Sugiarto. "Manajemen Sekolah Adiwiyata Dalam Meningkatkan Citra Merek Di Madrasah." *Jurnal Pengembangan: Studi Dalam Manajemen Dan Kepemimpinan Pendidikan* 3, no. 1 (2024).
- Anggito, Albi, and Johan Setiawan. *Metodologi Penelitian Kualitatif*. Sukabumi: CV Jejak, 2018.
- A.R., Abdul Hadi. *Penelitian Kualitatif Studi Fenomenologi, Case Study. Grounded Theory, Etnografi, Biografi*. Purwokerto: CV Pena Persada, 2021.
- Bagaskara, Kevin Reynaldi, Leonard Adrie Manafe, Viviana Sulistya Anggraini, and Mayrine Christiyah Nugrahini. "Strategi Word of Mouth Produk Sinom-Vac: Pembicara, Topik, Alat, Partisipasi Dan Pengawasan." *Jurnal Studi Manajemen Dan Bisnis* 8, no. 2 (2021).
- Budiaman, Andaryati, Winingsih, Rahman, Ibrahim, and Susanti. *Model Pendidikan Lingkungan Sekolah Adiwiyata*. Yogyakarta: Selat Media, 2023.
- Caristi, Fuliah Tyan. "Strategi Word of Mouth Marketing Dalam Peningkatan Penjualan Usaha Roti Bu Endang Sukorejo Perspektif Ekonomi Islam." Tesis, IAIN Ponorogo, 2025.
- Edi Irawan. "Konsep Strategi Word of Mouth Marketing Dalam Peningkatan Pengembangan Bisnis : Suatu Tinjauan Literatur." *Sammajiva: Jurnal Penelitian Bisnis Dan Manajemen* 1, no. 3 (September 2023): 293–303. <https://doi.org/10.47861/sammajiva.v1i3.482>.
- Erina, Alimin, Eddy, Diana Afriani, and Pratama Nandy. *Manajemen Pemasaran (Kajian Pengantar di Era Bisnis Modern)*. 1st ed. Lombok: Seval Literindo Kreasi, 2022.
- Febriani, Nufian S., and Wayan Weda. *Sejarah dan Evolusi Strategi Manajemen Periklanan di Indonesia*. 1st ed. Malang: Universitas Brawijaya Press, 2022.
- Fitrah, Muhammad, and Luthfiyah. *Metodologi Penelitian: Penelitian Kualitatif, Tindakan Kelas & Studi Kasus*. Sukabumi: CV Jejak, 2017.
- Grace, Marissa, Ahmad Syarief, Heri Erlangga, Nurjaya Nurjaya, and Denok Sunarsi. *Strategi Pemasaran: Konsep, Teori, dan Implementasi*. Banten: Pascal Books, 2022.
- Hasibuan, Zainal Efendi. *Metodologi Penelitian Pendidikan: Kualitatif, Kuantitatif, Kepustakaan, dan PTK*. 1st ed. Kepanjen: AE Publishing, 2024.

- I Gede, Saparso, and Lidia. "Pengaruh Brand Image Dan Word of Mouth (WOM) Yang Dimediasi Oleh Perceived Value Terhadap Keputusan Pembelian Orang Tua Siswa Di Sekolah Cendekia Harapan Badung Bali." *Journal on Education* 6, no. 3 (March 2024): 16495.
- I Komang, and Ni Nyoman. *Electronic Word of Mouth, Brand Image, dan Purchase Intention: Konsep dan Studi Kasus pada Calon Konsumen Kedai Kopi Fore Coffee*. Cilacap: CV Pena Persada, 2023.
- Ilyasa, Bahrin. "Strategi Pemasaran Jasa Pendidikan Dalam Mengembangkan Brand Image." Thesis, IAIN Ponorogo, 2025.
- Iskandar, Akbar. *Dasar Metode Penelitian*. Sulawesi: Cendekiawan Inovasi Digital Indonesia, 2023.
- Karya, Detri. *Metodologi Penelitian Kualitatif*. Padang: Takaza Innovatix Labs, 2024.
- Kurniasih, Dedeh. *Kepuasan Konsumen: Studi terhadap Word of Mouth, Kualitas Layanan dan Citra Merek*. 1st ed. Serang: Bintang Sembilan Visitama, 2021.
- Latief, Rusman. *Word of Mouth Communication: Penjualan Produk*. Surabaya: Media Sahabat Cendekia, 2018.
- Luthfiana, Siska Rima. "Strategi Pemasaran Pendidikan Menggunakan Promosi Word of Mouth Di SMP Plus Latansa Demak." UIN Walisongo, 2023.
- Mamik. *Metodologi Kualitatif*. 1st ed. Sidoarjo: Zifatama Publishing, 2015.
- Mandacan, Christofol, Sri Hartini, Aluisius Widodo, and Vera Sabariah. *Adiwiyata Sekolah Ramah Lingkungan: Membentuk Sikap Peduli Lembaga Pendidikan Sejak Dini*. Sleman: Deepublish Digital, 2024.
- Ma'sum, Toha, Asichul Inam, and Dwi Puji Alpianingsih. "Strategi Membangun Brand Image Dalam Meningkatkan Daya Saing Lembaga Pendidikan." *JIEM: Journal of Islamic Education* 3, no. 2 (February 2023).
- Miles, Matthew B., Michael Huberman, and Johnny Saldana. *Analisis Data Kualitatif: Buku Sumber Metode*. 3rd ed. New York: Publikasi SAGE, 2014.
- Mujib, Fathul, and Tutik Saptiningsih. *School Branding: Strategi di Era Disruptif*. 1st ed. Jakarta Timur: PT Bumi Aksara, 2020.
- Musfah, Jejen. *Manajemen Mutu Pendidikan: Teori Dan Kebijakan*. 1st ed. Jakarta: Kencana, 2023.
- Pelita, Anindya, and Hendro Widodo. "Evaluasi Program Sekolah Adiwiyata di Sekolah Dasar Muhammadiyah Bantul Kota." *Sekolah Dasar: Kajian Teori dan Praktik Pendidikan* 29, no. 2 (November 2020): 145–57.

Prasetyo, Bambang D., and Nufian S. Febriani,. *Strategi Branding: Teori Dan Perspektif Komunikasi Dalam Bisnis*. 1st ed. Malang: UB Press, 2020.

Prayoga, Dimas Maulana. “Pengaruh Sales Promotion dan Word of Mouth terhadap Minat Berlangganan Produk Ruangguru (studi pada SMAN 1 Cikakak).” Skripsi, Universitas Pakuan, 2024.

Prayogo, Adi, Achmad Fauzi, Dwi Sapto, Fiqih Aditya A, Firmansyah Tonda, and Muhammad Kamil. “Pengaruh Brand Image, Viral Marketing Dan Brand Awareness Terhadap Minat Beli Konsumen.” *Jurnal Ilmu Multidisplin* 1, no. 4 (March 2023).

Purnama, Yunus. “Analisis Strategi Pemasaran Word Of Mouth STTKD Training Center Yogyakarta.” *Jurnal Manajemen Dirgantara* 16, no. 2 (December 2023): 491–99. <https://doi.org/10.56521/manajemen-dirgantara.v16i02.1030>.

Purwanto, Anim. *Konsep Dasar Penelitian Kualitatif: Teori Dan Contoh Praktis*. Lombok: Pusat Pengembangan Pendidikan dan Penelitian Indonesia, 2022.

R, Rizkiyah, Istikomah I, and Nurdyansyah N. “Strategi Membangun Branding School Dalam Upaya Meningkatkan Daya Saing Lembaga Pendidikan Islam.” Paper presented at Proceedings of The ICECRS 7. *Proceedings of The ICECRS 7*, 2020.

Raco, J. R. *Metode Penelitian Kualitatif: Jenis, Karakteristik, Dan Keunggulannya*. Jakarta: PT Grasindo, Anggota IKAPI, 2020.

Rahman, Zulkhan Adhi. *Penguatan Personal Branding Lembaga Melalui Pendidikan Kecakapan Hidup (Life Skills Education) di Madrasah Ibtidaiyah*. 1st ed. Cirebon: PT Arr Rad Pratama, 2023.

Rathnayake, T. H., and U. G. C. Lakchan. “The Influence of E-Word of Mouth Marketing on Students’ Selection of Management Degrees.” *South Asian Journal of Business Insights* 3, no. 2 (December 2023): 90–106. <https://doi.org/10.4038/sajbi.v3i2.59>.

Rolanda, Muhammad. “Pengaruh Faktor-Faktor Pembentuk Word of Mouth Terhadap Keputusan Pembelian Di Cafe Flambojan Bandar Lampung.” Skripsi, Universitas Lampung, 2019.

Rukin. *Metodologi Penelitian Kualitatif*. Surabaya: CV Jakad Media Publishing, 2021.

Sernovitz, Andy. “Part One: The Essential Concepts.” In *Word of Mouth Marketing: How Smart Companies Get People Talking*, 3rd ed., 215. United States of America: Greenleaf Book Group Press, 2012.

———. *Word of Mouth Marketing: How Smart Companies Get People Talking*. 4th ed. New York: PressBox Publishing, 2015.

- Siswanto, Hadi, and Mohammad Maskan. "Pengaruh Brand Awareness Dan Word of Mouth Terhadap Keputusan Pembelian Ayam Geprek Pada Preksu Di Kota Malang." *Jurnal Aplikasi Bisnis* 6, no. 1 (2021): 93–96.
- Suhadha, Muhammad Kholif. "Analisis Manajemen Program Adiwiyata Sebagai Brand Image Jasa Pendidikan Di MTSN 1 Sleman Yogyakarta." Thesis, UIN Sunan Kalijaga, 2022.
- Sumardy, Silviana, and Melone. *Killed By The Power of Word of Mouth Marketing*. 2nd ed. Jakarta: PT Gramedia Pustaka Utama, 2011.
- Suyono, Tsabitah Dayini. "Pengaruh Digital Marketing Dan Word Of Mouth Terhadap Keputusan Peserta Didik Dalam Memilih Lembaga Pendidikan Non Formal Di Kota Medan (Studi Kasus Pada Lembaga Bimbingan Belajar Eye Level Medan Gaperta)." Skripsi, Universitas Medan Area, 2023.
- Yenniwati, Surya Budiman, and Nurmin Arianto. "Analisis Kualitas Pelayanan Sekolah, Citra Sekolah Dan Word of Mouth Terhadap Minat Calon Siswa Serta Dampaknya Pada Keputusan Memilih Sekolah Pada Sd Saint John Bsd." *Journal of Social and Economics Research* 8, no. 1 (May 2026): 205–21. <https://doi.org/10.54783/jser.v8i1.1424>.
- Zafri, and Hera Hastuti. *Metode Penelitian Pendidikan*. Depok: Rajawali Pers, 2021.

UIN SUNAN AMPEL
S U R A B A Y A