



## Pengaruh Citra Institusi Dan Kualitas Pelayanan Islami Terhadap Kepuasan Mahasiswa Institut Agama Islam Tafaqquh Fiddin Dumai

**Faizal Nurmatias**

Institut Agama Islam Tafaqquh Fiddin Dumai

[Sismi.mylove@gmail.com](mailto:Sismi.mylove@gmail.com)

**Sumiati**

Institut Agama Islam Tafaqquh Fiddin Dumai

[kimt32162@gmail.com](mailto:kimt32162@gmail.com)

### Abstrak

Dalam sebuah institusi, kepuasan merupakan suatu aspek yang sangat penting. Kepuasan adalah tingkat perasaan personil dengan membandingkan antara harapan dengan kinerja yang dihasilkan. Dengan adanya sebuah tingkat kepuasan yang baik maka dapat dibandingkan apakah sebuah institusi tersebut sudah atau belum bagi mahasiswa. penelitian ini bertujuan untuk menginvestigasi pengaruh citra institusi dan kualitas pelayanan islami terhadap kepuasan mahasiswa di institut agama islam tafaqquh fiddin Dumai. Metode penelitian yang digunakan adalah metode kuantitatif. Data yang digunakan adalah data primer yang diperoleh melalui penyebaran angket kepada mahasiswa. populasi pada penelitian ini adalah 412 responden. Pengambilan sampel dilakukan menggunakan rumus slovin sehingga jumlah sampel adalah 100. Penelitian ini menggunakan teknik Simple Random Sampling. Data analisis menggunakan analisis regresi linear berganda, dengan bantuan *software SPSS 21.0 for windows* . Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa citra institusi dan kualitas pelayanan islami secara serentak berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan mahasiswa Institut Agama Islam Tafaqquh Fiddin Dumai. Dengan pengaruh sebesar 67,5 % dan sisanya 32,5 % dipengaruhi oleh faktor lain.

**Kata Kunci:** Citra Institusi, Kualitas Pelayanan Islami, Kepuasan Mahasiswa

### Abstract

In an institution, satisfaction is a very important aspect. Satisfaction is the level of personnel feelings by comparing expectations with the resulting performance. By having a good level of satisfaction, it can be compared whether an institution is good or not for students. This research aims to investigate the influence of institutional image and Islamic service quality on student satisfaction at the Tafaqquh Fiddin Dumai Islamic Religious Institute. The research method used is a quantitative method. The data used is primary data obtained through distributing questionnaires to students. The population in this study was 412 respondents. Sampling was carried out using the Slovin formula so that the number of samples was 100. This research used the Simple Random Sampling technique. Data analysis uses multiple linear regression analysis, with the help of SPSS 21.0 for Windows software. The results of this research show that the image of the institution and the quality of Islamic services simultaneously have a positive and significant effect on student satisfaction at the Tafaqquh Fiddin Dumai Islamic Institute. With an influence of 67.5% and the remaining 32.5% influenced by other factors.

**Kata Kunci:** Institutional image, quality of islamic services, student satisfaction

## Pendahuluan

Di era globalisasi, persaingan dalam dunia pendidikan semakin ketat, mendorong perguruan tinggi untuk meningkatkan kualitas layanan dan citra institusi guna menarik serta mempertahankan mahasiswa (Sudirjo et al., 2023). Pendidikan tinggi tidak hanya berperan dalam pengembangan ilmu pengetahuan tetapi juga dalam membangun citra institusi yang kuat guna menciptakan keunggulan kompetitif (JABBAR et al., 2025). Lembaga pendidikan termasuk dalam kategori usaha jasa, sehingga citra dan kualitas pelayanan menjadi aspek penting dalam kepuasan mahasiswa (Susetyo et al., 2022).

Citra institusi merupakan aset tak berwujud yang berdampak pada kepuasan dan loyalitas mahasiswa (Qomariah, 2021). Sebuah institusi dengan citra positif akan meningkatkan kepuasan, kualitas layanan, serta loyalitas mahasiswa (Susetyo et al., 2022). Citra institusi islami juga menjadi faktor utama dalam membentuk persepsi masyarakat terhadap lembaga pendidikan berbasis Islam (Huda & Purnomo, 2025). Selain itu, kualitas pelayanan menjadi faktor kunci dalam memenuhi harapan mahasiswa. Susetyo et al., (2022) menyebutkan bahwa kualitas pelayanan adalah kondisi dinamis yang memengaruhi kepuasan konsumen. Dalam konteks pendidikan Islam, pelayanan harus berbasis nilai-nilai Islam seperti kejujuran dan keadilan.

Beberapa penelitian terdahulu menunjukkan bahwa citra institusi dan kualitas pelayanan berpengaruh signifikan terhadap kepuasan mahasiswa. Penelitian Putri et al., (2021) menemukan bahwa kedua faktor ini secara positif memengaruhi kepuasan mahasiswa di Universitas Muhammadiyah Luwuk Banggai. Studi oleh Susetyo et al (2022) juga menunjukkan bahwa citra institusi dan layanan akademik berkontribusi sebesar 75,3% terhadap loyalitas mahasiswa Universitas Terbuka. Penelitian lainnya oleh Alfinasari & Purnomo (2022) menemukan bahwa pelayanan, citra, dan motivasi belajar secara bersama-sama berpengaruh signifikan terhadap kepuasan mahasiswa dengan tingkat pengaruh 48,4%.

Namun, masih terdapat kesenjangan dalam penelitian yang membahas peran citra institusi dan kualitas layanan di perguruan tinggi berbasis Islam, khususnya di Yayasan Agama Islam Tafaqquh Fiddin (IAITF) Dumai. Berdasarkan observasi, terdapat beberapa permasalahan di IAITF Dumai, seperti keterbatasan ruang kelas, keterlambatan informasi akademik, serta prosedur administrasi yang kurang efisien. Selain itu, keterbatasan sarana dan prasarana, termasuk ketersediaan alat pendukung pembelajaran seperti spidol, penghapus, dan infokus, turut mempengaruhi kenyamanan dan efektivitas proses belajar mengajar.

Masalah lainnya yang muncul adalah kurangnya sistem informasi yang terintegrasi, menyebabkan mahasiswa mengalami kesulitan dalam mengakses informasi akademik, seperti jadwal perkuliahan, pengumuman penting, dan prosedur administratif. Ketidakefisienan dalam pelayanan administrasi juga menjadi faktor yang berkontribusi terhadap ketidakpuasan mahasiswa. Sebagai contoh, mahasiswa yang telah membayar biaya kuliah namun tidak terdaftar dalam absensi, yang mengharuskan mereka untuk memberikan bukti pembayaran kembali. Kondisi ini menunjukkan adanya kebutuhan mendesak untuk meningkatkan kualitas pelayanan dan memperbaiki sistem informasi akademik guna meningkatkan kepuasan mahasiswa. Oleh karena itu, penelitian ini bertujuan untuk menganalisis sejauh mana pengaruh citra institusi dan kualitas pelayanan terhadap kepuasan mahasiswa IAITF Dumai, guna memberikan rekomendasi perbaikan dalam pengelolaan institusi pendidikan Islam. Hasil penelitian ini diharapkan dapat memberikan kontribusi bagi pengelola perguruan tinggi dalam meningkatkan kualitas pendidikan serta memperkuat daya saing institusi di tingkat nasional maupun internasional.

## Metode Penelitian

Penelitian ini menggunakan pendekatan kuantitatif dengan metode survei untuk mengetahui pengaruh citra institusi dan kualitas pelayanan terhadap kepuasan mahasiswa di Institut Agama Islam Tafaqquh Fiddin (IAITF) Dumai. Pendekatan ini bertujuan untuk menguji hipotesis yang diajukan berdasarkan fenomena yang diamati, dengan cara mengukur variabel yang telah ditentukan melalui kuesioner terstruktur (Judijanto et al., 2024). Populasi dalam penelitian ini adalah seluruh mahasiswa aktif di IAITF Dumai, dengan jumlah sampel yang diambil menggunakan teknik proportional stratified random sampling untuk memastikan keterwakilan yang merata dari setiap angkatan atau program studi. Berdasarkan perhitungan rumus Slovin dengan tingkat kesalahan 5%, diperoleh sampel sebanyak 105 responden (Majdina et al., 2024).

Instrumen penelitian yang digunakan adalah kuesioner yang terdiri dari tiga bagian. Bagian pertama berisi pertanyaan terkait citra institusi, yang diadaptasi dari penelitian terdahulu (Nuzuli, 2022), mencakup dimensi identitas institusi, reputasi akademik, dan persepsi mahasiswa terhadap lembaga pendidikan. Bagian kedua mengukur kualitas pelayanan akademik dan administrasi (Hardi, 2020), berdasarkan teori kualitas layanan pendidikan tinggi, yang mencakup keandalan, daya tanggap, jaminan, empati, dan fasilitas fisik. Bagian terakhir

mengukur kepuasan mahasiswa, berdasarkan model kepuasan pelanggan dalam layanan pendidikan tinggi (Harun et al., 2023).

Data yang terkumpul dianalisis menggunakan metode statistik regresi berganda untuk mengetahui pengaruh citra institusi dan kualitas pelayanan terhadap kepuasan mahasiswa. Regresi berganda dipilih karena mampu memodelkan hubungan antara variabel independen dan variabel dependen secara simultan (Purwanto, 2022). Sebelum melakukan analisis regresi, dilakukan uji validitas dan reliabilitas untuk memastikan bahwa instrumen penelitian layak dan konsisten dalam mengukur variabel yang diteliti (Sarie et al., 2023).

Analisis data dilakukan dengan bantuan perangkat lunak SPSS versi 21, yang digunakan untuk menghitung koefisien determinasi ( $R^2$ ), koefisien regresi, serta uji t dan uji F untuk signifikansi statistik. Selain itu, penelitian ini juga mempertimbangkan aspek etika penelitian dengan menjamin kerahasiaan data pribadi responden dan memberikan informasi yang jelas terkait tujuan penelitian sebelum pengisian kuesioner (Marwan et al., 2023). Dengan pendekatan ini, diharapkan penelitian dapat menghasilkan temuan yang valid dan reliabel, serta memberikan wawasan yang lebih dalam mengenai bagaimana citra institusi dan kualitas pelayanan memengaruhi kepuasan mahasiswa di IAITF Dumai. Hasil penelitian ini diharapkan dapat memberikan rekomendasi strategis bagi pengelola perguruan tinggi dalam meningkatkan daya saing dan mutu layanan pendidikan.

## **Pembahasan**

### **Citra Institusi Terhadap Kepuasan Mahasiswa**

Citra adalah pandangan masyarakat terhadap perusahaan dan produknya yang didadalamnya terdapat kesan tersendiri terhadap suatu organisasi (Wainira et al., 2021). Unsur terpenting dari suatu brand adalah nama dagang dan merek. Identitas adalah sebuah citra institusi atau organisasi yang menunjukkan dirinya pada masyarakat luas (Munir & Ma'sum, 2022). Identitas atau citra dapat berupa bentul logo institusi atau perusahaan, visi dan misi institusi, dan fisik institusi yang berbeda dari institusi yang lain seperti ( interior / eksterior gedung, seragam pegawai, lingkungan, alat transportasi, leaflet, brosur dan lain sebagainya) (Prahesti et al., 2021). Dawam Rahardjo mengungkapkan citra institusi islami bukan hanya mencakup pada aspek keagamaan saja, melainkan mencakup kontribusi sosial dan ekonomi yang diberikan oleh lembaga tersebut (Wajdi & Lubis, 2021). Citra institusi islmi juga dipengaruhi oleh kepemimpinan yang berakhlak dan kebijakan yang adil. Citra ini mencakup

berbagai aspek seperti kepercayaan, kredibilitas, reputasi, dan efektifitas dalam melayani masyarakat sesuai dengan ajaran islam (Al Kutsi & Kom, 2024).

Citra adalah perasaan, gambaran diri publik terhadap perusahaan, organisasi, atau lembaga; kesan yang dengan sengaja diciptakan dari suatu objek, orang atau organisasi (Rahayu, 2024). Dengan adanya citra akan menciptakan hal positif bagi suatu perusahaan dan lembaga pendidikan. Pada umumnya citra merupakan hal terpenting yang harus dibenahi oleh suatu perusahaan dan lembaga. Berdasarkan penelitian yang dilakukan, dan dari uraian diatas menunjukkan bahwa terdapat pengaruh dari Citra Institusi terhadap kepuasan mahasiswa (Ismoyo, 2021). Hal ini mencerminkan bahwa semakin tinggi sebuah citra yang baik di sebuah lembaga pendidikan maka semakin tinggi pula kepuasan yang dimiliki seorang mahasiswa. Citra institusi di Institut Agama Islam Tafaqquh Fiddin Dumai memiliki nilai rata-rata sebesar 53,23. Termasuk dalam kategori baik.

**Tabel 1. Anova**

Model		Sum of Squares	Df	Mean Square	F	Sig.
1	Regression	698.455	1	698.455	149.092	.000 <sup>b</sup>
	Residual	459.105	98	4.685		
	Total	1157.560	99			
<u>a. Dependent Variable: y</u>						
b. Predictors: (Constant), x1						

Dari hasil tabel Anova tersebut diperoleh nilai Fhitung 149,092 sedangkan Ftabel 3,09, karena Fhitung (149,092) > Ftabel (3,09) dan taraf signifikan 0,000 <0,05 maka Ha diterima, terdapat pengaruh positif dan signifikan antara citra institusi dan kepuasan mahasiswa.

**Tabel 2. Coefesient**

Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients Beta	t	Sig.	Collinearity Statistics	
	B	Std. Error				Tolerance	VIF
(Constant)	6.544	1.396		4.688	.000		
x1	.316	.026	.777	12.21	.000	1.000	1.00

a. Dependent Variable: y

Berdasarkan tabel diatas, dapat dilihat bahwa nilai hitung intersep 6,544 lebih besar dari nilai Ttabel 1.657 sehingga dapat diketahui bahwa intersep signifikan atau ada. Sementara itu nilai koefisien X1 adalah sebesar 0,316 dan Ttabel 1.657 sehingga dapat dikatakan bahwa

koefisien variabel X1 bersifat signifikan. Berdasarkan hasil penelitian diketahui bahwa koefisien transformasi regresi citra institusi berpengaruh secara positif dan signifikan terhadap kepuasan mahasiswa (Adawiyah & Akbar, 2023). dalam teorinya citra institusi seharusnya memiliki pengaruh yang besar terhadap kepuasan mahasiswa. karena semakin tinggi tingkat citra yang diberikan institusi maka semakin tinggi pula tingkat kepuasan mahasiswa. namun sebaliknya semakin rendah tingkat citra yang diberikan institusi maka semakin rendah pula tingkat kepuasan mahasiswa (M. R. Akbar, 2023b). Ada beberapa faktor yang menjelaskan mengapa citra institusi terhadap kepuasan mahasiswa memiliki persentase kecil, seperti mahasiswa yang berfokus pada aspek lain, seperti aspek pendidikan, fasilitas kampus, hubungan dengan dosen, dan pengalaman akademis, dan sebagian mahasiswa yang tidak peduli terhadap sebuah citra yang ada disetiap kampus (M. R. Akbar, 2023).

**Tabel 2. Model Summary**

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate	Durbin-Watson
1	.777 <sup>a</sup>	.603	.599	2.16443	1.788
a. Predictors: (Constant), x1					
b. Dependent Variable: y					

Untuk menghitung besarnya pengaruh citra institusi terhadap kepuasan Mahasiswa di Institut Agama Islam Tafaqquh Fiddin Dumai, diketahui  $R = 0,777$ , ini berarti korelasi antara citra institusi adalah sebesar 0,777 dengan koefisien Determinasi 0,603. Dengan demikian dapat dinyatakan kepuasan mahasiswa dipengaruhi oleh citra institusi sebesar 60,3 % dan sisanya 39,7% oleh faktor lain.

### **Kualitas Pelayanan islami Terhadap Kepuasan Mahasiswa**

Irfan et al (2023), kualitas pelayanan adalah keunggulan yang diharapkan dan pengendalian atas tingkat keunggulan tersebut untuk memenuhi keinginan konsumen. Kualitas pelayanan sangat krusial dalam mempertahankan konsumen dalam waktu yang lama (Jannah & Husnul, 2024). Perusahaan yang memiliki pelayanan yang superior akan dapat memaksimalkan performa keuangan perusahaan (A. Akbar et al., 2024). mengatakan kualitas pelayanan islami adalah pelayanan yang berorientasi pada kepuasan pelanggan dengan mengintergrasikan nilai-nilai islam aeperti kejujuran, keadilan, dan kepedulian. Kualitas pelayanan islami harus mencakup elemen-elemen seperti tanggung jawab (amanah), kejujuran (shidiq), Dn keadilan (adl) (Muhammas Syukri Salleh, 2003). Kualitas pelayanan

buukan hanya tentang kepuasan pelanggan tetapi juga tentang memenuhi kewajiban religious (Ihsan Ismail, 2012). Yusuf Al-Qardawi mengatakan pentingnya etika islam dalam pelayanan. Muhammad Nizar Nizar Yusuff dan Abd Halim Ahmad (2010) kualitas pelayanan islami mengharuskan organisasi untuk menginternalisasi nilai-nilai islam dalam budaya kerja.

Kualitas adalah suatu tindakan untuk menilai bahwa suatu barang dan jasa yang layak mempunyai nilai guna yang ideal atau secara keseluruhan, suatu barang dan jasa yang layak dianggap mempunyai mutu dengan asumsi berfungsi atau mempunyai nilai guna yang ideal (Sunyoto, 2012). Landasan pendidikan akan dianggap baik jika pelayanan yang diberikan tepat dan baik. Antoni Hadi Suyono (2016) mengatakan kualitas pelayanan islami adalah pelayanan yang berorientasi pada kepuasan pelanggan dengan mengintergrasikan nilai-nilai islam aeperti kejujuran, keadilan, dan kepedulian. Muhammad Nizar Nizar Yusuff dan Abd Halim Ahmad (2010) kualitas pelayanan islami mengharuskan organisasi untuk menginternalisasi nilai-nilai islam dalam budaya kerja. Memiliki bantuan yang besar akan memberikan efek positif pada landasan pendidikan itu sendiri. Kualitas pelayanan islami di Institut Agama Islam Tafaqquh Fiddin Dumai memiliki nilai rata-rata sebesar 70,91. Termasuk dalam kategori baik.

**Tabel 4. Anova**

Model	Sum of Squares	Df	Mean Square	F	Sig.
1	Regression	753.902	1	753.902	183.032
	Residual	403.658	98	4.119	.000 <sup>b</sup>
	Total	1157.560	99		

a. Dependent Variable: y

b. Predictors: (Constant), x2

Dari hasil tabel Anova tersebut diperoleh nilai Fhitung 183.032 sedangkan Ftabel 3,09, karena Fhitung (183.032) > Ftabel (3,09) dan taraf signifikan 0,000 < 0,05 maka Ha diterima, terdapat pengaruh positif dan signifikan antara kualitas pelayanan dan kepuasan mahasiswa.

**Tabel 5. Uji Koefesien**

Model	Unstandardized Coefficients			t	Sig.	Collinearity Statistics	
	B	Std. Error	Standardized Coefficients			Tolerance	VIF

(Constant)	1.691	1.660	.657	.003		
x2	.314	.023	.807	13.529	.000	1.000 1.00 0

a. Dependent Variable: y

Berdasarkan tabel diatas, dapat dilihat bahwa nilai hitung intersep 1.691 lebih besar dari nilai Ttabel 1.657 sehingga dapat diketahui bahwa intersep signifikan atau ada. Sementara itu nilai koefisien X1 adalah sebesar 0,314 dan Ttabel 1.691 sehingga dapat dikatakan bahwa koefisien variabel X1 bersifat signifikan. Berdasarkan hasil penelitian diketahui bahwa koefisien transformasi regresi kualitas pelayanan islami berpengaruh secara positif dan signifikan terhadap kepuasan mahasiswa. dalam teorinya kualitas pelayanan juga menjadi faktor yang memiliki pengaruh yang cukup besar terhadap kepuasan mahasiswa karena semakin tinggi kualitas pelayanan maka semakin tinggi pula tingkat kepuasan mahasiswa IAITF Dumai.

**Tabel 6. Model Summary**

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate	Durbin-Watson
1	.807 <sup>a</sup>	.651	.648	2.02952	1.667

a. Predictors: (Constant), x2

b. Dependent Variable: y

Untuk menghitung besarnya pengaruh kualitas pelayanan terhadap kepuasan Mahasiswa di Institut Agama Islam Tafaqquh Fiddin Dumai, diketahui R = 0,807, ini berarti korelasi antara citra institusi adalah sebesar 0,807 dengan koefisien Determinasi 0,651. Dengan demikian dapat dinyatakan kepuasan mahasiswa dipengaruhi oleh citra institusi sebesar 65,1 % dan sisanya 34.9% oleh faktor lain.

## Kesimplan

Berdasarkan hasil pengolahan data yang telah dipaparkan, maka penulis mengambil kesimpulan yakni, Citra institusi di Institut Agama Islam Tafaqquh Fiddin Dumai memiliki nilai rata-rata sebesar 53,23. Termasuk dalam kategori baik. Kualitas pelayanan islami di Institut Agama Islam Tafaqquh Fiddin Dumai memiliki nilai rata-rata sebesar 70,91. Termasuk dalam kategori baik. Kepuasan mahasiswa di Institut Agama Islam Tafaqquh Fiddin Dumai memiliki rata-rata 23,38. Termasuk dalam kategori baik. Citra institusi berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan mahasiswa di Institut Agama Islam Tafaqquh Fiddin Dumai dengan persentase 60,3. Kualitas pelayanan islami berpengaruh positif dan signifikan terhadap

kepuasan mahasiswa di Institut Agama Islam Tafaqquh Fiddin Dumai dengan persentase 65,1. Citra institusi dan kualitas pelayanan islami secara serentak berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan mahasiswa di Institut Agama Islam Tafaqquh Fiddin Dumai dengan persentase 67,5 % dan sisanya 32,5 % dipengaruhi oleh faktor lain.

### Saran

Ada beberapa saran yang ingin penulis berikan yakni, Untuk pihak kampus. Disarankan kepada pihak yayasan dan bagian pusat pelayanan terpadu (P2T) agar lebih memperhatikan kinerja dan meningkatkan kompetensi pegawai kampus. Seperti melakukan pelatihan pada staff akademik dan admininstrasi. Pelatihan yang dimaksud seperti peningkatan keterampilan komunikasi, penggunaan teknologi dan pengetahuan tentang pelayanan agar dapat diberikan kepada mahasiswa. disarankan untuk pihak kampus dapat melakukan evaluasi dan umpan balik pada mahasiswa terkait pelayanan yang ada dikampus. Dan dapat untuk menyediakan sarana dan prasarana yang ada dikampus. Perlunya dilakukan penelitian selanjutnya agar kita dapat mengetahui sejauh mana tingkat kepuasan mahasiswa IAITF Dumai, dengan menambah variabel lain.

### Dartar Pustaka

- adawiyah, R., & Akbar, M. R. (2023). *Pengaruh Ekonomi Dan Pelayanan Akademik Terhadap Kebahagiaan Mahasiswa Institut Agama Islam Tafaqquh Fiddin Dumai Di Era Covid-19*. 3, 53–54.
- Akbar, A., Ilfah, F. N. A., Malikhah, N., Ummah, V. R., & Adiyanto, M. R. (2024). Permasalahan Dan Peluang Perkembangan Umkm Melalui Pencatatan Akuntansi Perusahaan Tahu Kamal, Bangkalan. *Jurnal Locus Penelitian Dan Pengabdian*, 3(8), 695–703.
- Akbar, M. R. (2023a). Communication Development People In The Revolutionary Era Industry 4.0 & Covid-19. *Linguanusa*, 1(1), 10–18.
- Akbar, M. R. (2023b). Sadar Wisata Melalui Digital Tourism Di. 4(1), 34–41. <Https://Doi.Org/10.26798/Jpm.V4i1.1512>
- Al Kutsi, M. I., & Kom, S. (2024). *Pengantar Manajemen Syariah*. Azzia Karya Bersama.
- Alfinasari, S., & Purnomo, H. (2022). Analisis Kualitas Produk Dan Pelayanan Terhadap Kepuasan Konsumen (Studi Kasus Pada Kedai Romo Kopi Kediri).
- Hardi, W. (2020). *Collaborative Governance Dalam Perspektif Administrasi Publik*.
- Harun, N., Kaharu, A., & Prasetyo, J. (2023). Pengukuran Kepuasan Mahasiswa Menggunakan Servqual-Csi Di Laboratorium Simulasi & Komputasi. *Prosiding Snitt Poltekba*, 6, 216–223.
- Huda, M., & Purnomo, S. (2025). Peran Bauran Pemasaran Pendidikan Islam Dalam Meningkatkan Citra Dan Kualitas Lembaga Pendidikan Islam. *Journal Of Education*, 5(1).
- Irfan, M. Z., Arief, M. Y., & Soeliha, S. (2023). Analisis Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Kepuasan Pelanggan Melalui Minat Beli Konsumen Sebagai Variabel Intervening Pada

- Warung Tahu Tek Cak Sugeng Di Situbondo. *Jurnal Mahasiswa Entrepreneurship (Jme)*, 2(10), 2376–2395.
- Ismoyo, F. D. W. (2021). *Pengaruh Citra Sekolah Dan Promosi Terhadap Keputusan Siswa Memilih Sekolah Di Man 3 Jombang*. Iain Kediri.
- Jabbar, M. R. A. A., Chotimah, C., & Sulistyorini, S. (2025). Integrasi Nilai Keislaman Dalam Manajemen Strategik Untuk Membangun Keunggulan Kompetitif Lembaga Pendidikan Islam Di Era Globalisasi Digital. *Cendekia: Jurnal Ilmu Pengetahuan*, 5(1), 185–192.
- Jannah, K., & Husnul, M. (2024). Fashion Business Competition According To Law No. 5 Of 1999 And Sharia Economic Law: A Study On Fashion Stores In Aceh Market. *Jurista: Jurnal Hukum Dan Keadilan*, 8(1), 177–200.
- Judijanto, L., Wibowo, G. A., Karimuddin, K., Samsuddin, H., Patahuddin, A., Anggraeni, A. F., Raharjo, R., & Simorangkir, F. M. A. (2024). *Research Design: Pendekatan Kualitatif Dan Kuantitatif*. Pt. Sonpedia Publishing Indonesia.
- Majdina, N. I., Pratikno, B., & Tripena, A. (2024). Penentuan Ukuran Sampel Menggunakan Rumus Bernoulli Dan Slovin: Konsep Dan Aplikasinya. *Jurnal Ilmiah Matematika Dan Pendidikan Matematika*, 16(1), 73–84.
- Marwan, M. P., Konadi, W., Kamaruddin, S. P., & Sufi, I. (2023). *Analisis Jalur Dan Aplikasi Spss Versi 25: Edisi Kedua*. Merdeka Kreasi Group.
- Munir, M., & Ma'sum, T. (2022). Strategi Membangun Brand Image Lembaga Pendidikan. *Intizam: Jurnal Manajemen Pendidikan Islam*, 5(2), 22–41.
- Nuzuli, A. K. (2022). *Dasar-Dasar Penulisan Karya Ilmiah*. Jejak Pustaka.
- Prahesti, R. T., Ruliana, P., & Subarsa, K. Y. (2021). Kualitas Pelayanan Akademik Terhadap Citra Perguruan Tinggi. *Ganaya: Jurnal Ilmu Sosial Dan Humaniora*, 4(1), 234–244.
- Purwanto, A. (2022). Pemodelan Regresi Multilevel Pada Pengaruh Masalah Yang Dihadapi Siswa Terhadap Hasil Belajar Matematika. *Jurnal Axioma: Jurnal Matematika Dan Pembelajaran*, 7(2), 119–128.
- Putri, N. T., Satria, B., Amrina, E., & Alfadhlani, A. (2021). Pengaruh Kualitas Layanan Terhadap Kepuasan Mahasiswa Dengan Moderasi Budaya Organisasi Dan Reputasi. *Jurnal Rekayasa Sistem Industri*, 10(2), 121–130.
- Qomariah, N. (2021). *Pentingnya Kepuasan Dan Loyalitas Pengunjung: Studi Pengaruh Customer Value, Brand Image, Dan Atribut Produk Terhadap Kepuasan Dan Loyalitas Pengunjung Pariwisata Pantai*. Pustaka Abadi.
- Rahayu, F. (2024). *Hubungan Budaya Organisasi Dengan Kompetensi Sosial Guru Di Smas Inshafuddin Banda Aceh*. Uin Ar-Raniry.
- Sarie, F., Sutaguna, I. N. T., Par, S. S. T., Par, M., Suiraoka, I. P., St, S., Darwin Damanik, S. E., Se, M., Efrina, G., & Sari, R. (2023). *Metodelogi Penelitian*. Cendikia Mulia Mandiri.
- Sudirjo, F., Jauhar, N., Nurchayati, N., Ashari, A., Sari, H., Siagawati, M., Anis Anshari, M., Herdiansyah, D., Supyansuri, C., & Idrus, I. (2023). *Manajemen Pemasaran Jasa Pendidikan: Konsep, Model, Dan Implementasi*.
- Susetyo, D. P., Pranajaya, E., Setiawan, T., & Suryana, A. (2022). Kualitas Pelayanan Akademik dan Citra Institusi sebagai Determinan Kepuasan Mahasiswa. *Formosa Journal of Applied Sciences*, 1(4), 473–492.
- Wainira, M. A. D., Liliweri, Y. K. N., & Mandaru, S. S. E. (2021). Pemanfaatan Instagram sebagai Media Komunikasi Pemasaran dalam Membangun Brand Image. *Jurnal Communio: Jurnal Jurusan Ilmu Komunikasi*, 10(2), 138–148.
- Wajdi, F., & Lubis, S. K. (2021). *Hukum Ekonomi Islam: Edisi Revisi*. Sinar Grafika (Bumi Aksara).
- Adawiyah, R., & Akbar, M. R. (2023). *Pengaruh Ekonomi Dan Pelayanan Akademik Terhadap Kebahagiaan Mahasiswa Institut Agama Islam Tafaqquh Fiddin Dumai Di Era Covid-19*.

19. 3, 53–54.

- Akbar, A., Ilfah, F. N. A., Malikhah, N., Ummah, V. R., & Adiyanto, M. R. (2024). Permasalahan Dan Peluang Perkembangan Umkm Melalui Pencatatan Akuntansi Perusahaan Tahu Kamal, Bangkalan. *Jurnal Locus Penelitian Dan Pengabdian*, 3(8), 695–703.
- Akbar, M. R. (2023a). Communication Development People In The Revolutionary Era Industry 4.0 & Covid-19. *Linguanusa*, 1(1), 10–18.
- Akbar, M. R. (2023b). *Sadar Wisata Melalui Digital Tourism Di*. 4(1), 34–41. <Https://Doi.Org/10.26798/Jpm.V4i1.1512>
- Al Kutsi, M. I., & Kom, S. (2024). *Pengantar Manajemen Syariah*. Azzia Karya Bersama.
- Alfinasari, S., & Purnomo, H. (2022). *Analisis Kualitas Produk Dan Pelayanan Terhadap Kepuasan Konsumen (Studi Kasus Pada Kedai Romo Kopi Kediri)*.
- Hardi, W. (2020). *Collaborative Governance Dalam Perspektif Administrasi Publik*.
- Harun, N., Kaharu, A., & Prasetyo, J. (2023). Pengukuran Kepuasan Mahasiswa Menggunakan Servqual-Csi Di Laboratorium Simulasi & Komputasi. *Prosiding Snitt Poltekba*, 6, 216–223.
- Huda, M., & Purnomo, S. (2025). Peran Bauran Pemasaran Pendidikan Islam Dalam Meningkatkan Citra Dan Kualitas Lembaga Pendidikan Islam. *Journal Of Education*, 5(1).
- Irfan, M. Z., Arief, M. Y., & Soeliha, S. (2023). Analisis Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Kepuasan Pelanggan Melalui Minat Beli Konsumen Sebagai Variabel Intervening Pada Warung Tahu Tek Cak Sugeng Di Situbondo. *Jurnal Mahasiswa Entrepreneurship (Jme)*, 2(10), 2376–2395.
- Ismoyo, F. D. W. (2021). *Pengaruh Citra Sekolah Dan Promosi Terhadap Keputusan Siswa Memilih Sekolah Di Man 3 Jombang*. Iain Kediri.
- Jabbar, M. R. A. A., Chotimah, C., & Sulistyorini, S. (2025). Integrasi Nilai Keislaman Dalam Manajemen Strategik Untuk Membangun Keunggulan Kompetitif Lembaga Pendidikan Islam Di Era Globalisasi Digital. *Cendekia: Jurnal Ilmu Pengetahuan*, 5(1), 185–192.
- Jannah, K., & Husnul, M. (2024). Fashion Business Competition According To Law No. 5 Of 1999 And Sharia Economic Law: A Study On Fashion Stores In Aceh Market. *Jurista: Jurnal Hukum Dan Keadilan*, 8(1), 177–200.
- Judijanto, L., Wibowo, G. A., Karimuddin, K., Samsuddin, H., Patahuddin, A., Anggraeni, A. F., Raharjo, R., & Simorangkir, F. M. A. (2024). *Research Design: Pendekatan Kualitatif Dan Kuantitatif*. Pt. Sonpedia Publishing Indonesia.
- Majdina, N. I., Pratikno, B., & Tripena, A. (2024). Penentuan Ukuran Sampel Menggunakan Rumus Bernoulli Dan Slovin: Konsep Dan Aplikasinya. *Jurnal Ilmiah Matematika Dan Pendidikan Matematika*, 16(1), 73–84.
- Marwan, M. P., Konadi, W., Kamaruddin, S. P., & Sufi, I. (2023). *Analisis Jalur Dan Aplikasi Spss Versi 25: Edisi Kedua*. Merdeka Kreasi Group.
- Munir, M., & Ma'sum, T. (2022). Strategi Membangun Brand Image Lembaga Pendidikan. *Intizam: Jurnal Manajemen Pendidikan Islam*, 5(2), 22–41.
- Nuzuli, A. K. (2022). *Dasar-Dasar Penulisan Karya Ilmiah*. Jejak Pustaka.
- Prahesti, R. T., Ruliana, P., & Subarsa, K. Y. (2021). Kualitas Pelayanan Akademik Terhadap Citra Perguruan Tinggi. *Ganaya: Jurnal Ilmu Sosial Dan Humaniora*, 4(1), 234–244.
- Purwanto, A. (2022). Pemodelan Regresi Multilevel Pada Pengaruh Masalah Yang Dihadapi Siswa Terhadap Hasil Belajar Matematika. *Jurnal Axioma: Jurnal Matematika Dan Pembelajaran*, 7(2), 119–128.
- Putri, N. T., Satria, B., Amrina, E., & Alfadhlani, A. (2021). Pengaruh Kualitas Layanan Terhadap Kepuasan Mahasiswa Dengan Moderasi Budaya Organisasi Dan Reputasi.

- Jurnal Rekayasa Sistem Industri*, 10(2), 121–130.
- Qomariah, N. (2021). *Pentingnya Kepuasan Dan Loyalitas Pengunjung: Studi Pengaruh Customer Value, Brand Image, Dan Atribut Produk Terhadap Kepuasan Dan Loyalitas Pengunjung Pariwisata Pantai*. Pustaka Abadi.
- Rahayu, F. (2024). *Hubungan Budaya Organisasi Dengan Kompetensi Sosial Guru Di Smas Inshafuddin Banda Aceh*. Uin Ar-Raniry.
- Sarie, F., Sutaguna, I. N. T., Par, S. S. T., Par, M., Suiraoka, I. P., St, S., Darwin Damanik, S. E., Se, M., Efrina, G., & Sari, R. (2023). *Metodelogi Penelitian*. Cendikia Mulia Mandiri.
- Sudirjo, F., Jauhar, N., Nurchayati, N., Ashari, A., Sari, H., Siagawati, M., Anis Anshari, M., Herdiansyah, D., Supyansuri, C., & Idrus, I. (2023). *Manajemen Pemasaran Jasa Pendidikan: Konsep, Model, Dan Implementasi*.
- Susetyo, D. P., Pranajaya, E., Setiawan, T., & Suryana, A. (2022). Kualitas Pelayanan Akademik Dan Citra Institusi Sebagai Determinan Kepuasan Mahasiswa. *Formosa Journal Of Applied Sciences*, 1(4), 473–492.
- Wainira, M. A. D., Liliweri, Y. K. N., & Mandaru, S. S. E. (2021). Pemanfaatan Instagram Sebagai Media Komunikasi Pemasaran Dalam Membangun Brand Image. *Jurnal Communio: Jurnal Jurusan Ilmu Komunikasi*, 10(2), 138–148.
- Wajdi, F., & Lubis, S. K. (2021). *Hukum Ekonomi Islam: Edisi Revisi*. Sinar Grafika (Bumi Aksara).
- Adawiyah, R., & Akbar, M. R. (2023). *Pengaruh Ekonomi Dan Pelayanan Akademik Terhadap Kebahagiaan Mahasiswa Institut Agama Islam Tafaqquh Fiddin Dumai Di Era Covid-19*. 3, 53–54.
- Akbar, A., Ilfah, F. N. A., Malikhah, N., Ummah, V. R., & Adiyanto, M. R. (2024). Permasalahan Dan Peluang Perkembangan Umkm Melalui Pencatatan Akuntansi Perusahaan Tahu Kamal, Bangkalan. *Jurnal Locus Penelitian Dan Pengabdian*, 3(8), 695–703.
- Akbar, M. R. (2023a). Communication Development People In The Revolutionary Era Industry 4.0 & Covid-19. *Linguanusa*, 1(1), 10–18.
- Akbar, M. R. (2023b). *Sadar Wisata Melalui Digital Tourism Di*. 4(1), 34–41. <Https://Doi.Org/10.26798/Jpm.V4i1.1512>
- Al Kutsi, M. I., & Kom, S. (2024). *Pengantar Manajemen Syariah*. Azzia Karya Bersama.
- Alfinasari, S., & Purnomo, H. (2022). *Analisis Kualitas Produk Dan Pelayanan Terhadap Kepuasan Konsumen (Studi Kasus Pada Kedai Romo Kopi Kediri)*.
- Hardi, W. (2020). *Collaborative Governance Dalam Perspektif Administrasi Publik*.
- Harun, N., Kaharu, A., & Prasetyo, J. (2023). Pengukuran Kepuasan Mahasiswa Menggunakan Servqual-Csi Di Laboratorium Simulasi & Komputasi. *Prosiding Snitt Poltekba*, 6, 216–223.
- Huda, M., & Purnomo, S. (2025). Peran Bauran Pemasaran Pendidikan Islam Dalam Meningkatkan Citra Dan Kualitas Lembaga Pendidikan Islam. *Journal Of Education*, 5(1).
- Irfan, M. Z., Arief, M. Y., & Soeliha, S. (2023). Analisis Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Kepuasan Pelanggan Melalui Minat Beli Konsumen Sebagai Variabel Intervening Pada Warung Tahu Tek Cak Sugeng Di Situbondo. *Jurnal Mahasiswa Entrepreneurship (Jme)*, 2(10), 2376–2395.
- Ismoyo, F. D. W. (2021). *Pengaruh Citra Sekolah Dan Promosi Terhadap Keputusan Siswa Memilih Sekolah Di Man 3 Jombang*. Iain Kediri.
- Jabbar, M. R. A. A., Chotimah, C., & Sulistyorini, S. (2025). Integrasi Nilai Keislaman Dalam Manajemen Strategik Untuk Membangun Keunggulan Kompetitif Lembaga Pendidikan Islam Di Era Globalisasi Digital. *Cendekia: Jurnal Ilmu Pengetahuan*, 5(1), 185–192.

- Jannah, K., & Husnul, M. (2024). Fashion Business Competition According To Law No. 5 Of 1999 And Sharia Economic Law: A Study On Fashion Stores In Aceh Market. *Jurista: Jurnal Hukum Dan Keadilan*, 8(1), 177–200.
- Judijanto, L., Wibowo, G. A., Karimuddin, K., Samsuddin, H., Patahuddin, A., Anggraeni, A. F., Raharjo, R., & Simorangkir, F. M. A. (2024). *Research Design: Pendekatan Kualitatif Dan Kuantitatif*. Pt. Sonpedia Publishing Indonesia.
- Majdina, N. I., Pratikno, B., & Tripena, A. (2024). Penentuan Ukuran Sampel Menggunakan Rumus Bernoulli Dan Slovin: Konsep Dan Aplikasinya. *Jurnal Ilmiah Matematika Dan Pendidikan Matematika*, 16(1), 73–84.
- Marwan, M. P., Konadi, W., Kamaruddin, S. P., & Sufi, I. (2023). *Analisis Jalur Dan Aplikasi Spss Versi 25: Edisi Kedua*. Merdeka Kreasi Group.
- Munir, M., & Ma'sum, T. (2022). Strategi Membangun Brand Image Lembaga Pendidikan. *Intizam: Jurnal Manajemen Pendidikan Islam*, 5(2), 22–41.
- Nuzuli, A. K. (2022). *Dasar-Dasar Penulisan Karya Ilmiah*. Jejak Pustaka.
- Prahesti, R. T., Ruliana, P., & Subarsa, K. Y. (2021). Kualitas Pelayanan Akademik Terhadap Citra Perguruan Tinggi. *Ganaya: Jurnal Ilmu Sosial Dan Humaniora*, 4(1), 234–244.
- Purwanto, A. (2022). Pemodelan Regresi Multilevel Pada Pengaruh Masalah Yang Dihadapi Siswa Terhadap Hasil Belajar Matematika. *Jurnal Axioma: Jurnal Matematika Dan Pembelajaran*, 7(2), 119–128.
- Putri, N. T., Satria, B., Amrina, E., & Alfadhlani, A. (2021). Pengaruh Kualitas Layanan Terhadap Kepuasan Mahasiswa Dengan Moderasi Budaya Organisasi Dan Reputasi. *Jurnal Rekayasa Sistem Industri*, 10(2), 121–130.
- Qomariah, N. (2021). *Pentingnya Kepuasan Dan Loyalitas Pengunjung: Studi Pengaruh Customer Value, Brand Image, Dan Atribut Produk Terhadap Kepuasan Dan Loyalitas Pengunjung Pariwisata Pantai*. Pustaka Abadi.
- Rahayu, F. (2024). *Hubungan Budaya Organisasi Dengan Kompetensi Sosial Guru Di Smas Inshafuddin Banda Aceh*. Uin Ar-Raniry.
- Sarie, F., Sutaguna, I. N. T., Par, S. S. T., Par, M., Suiraoka, I. P., St, S., Darwin Damanik, S. E., Se, M., Efrina, G., & Sari, R. (2023). *Metodelogi Penelitian*. Cendikia Mulia Mandiri.
- Sudirjo, F., Jauhar, N., Nurchayati, N., Ashari, A., Sari, H., Siagawati, M., Anis Anshari, M., Herdiansyah, D., Supyansuri, C., & Idrus, I. (2023). *Manajemen Pemasaran Jasa Pendidikan: Konsep, Model, Dan Implementasi*.
- Susetyo, D. P., Pranajaya, E., Setiawan, T., & Suryana, A. (2022). Kualitas Pelayanan Akademik Dan Citra Institusi Sebagai Determinan Kepuasan Mahasiswa. *Formosa Journal Of Applied Sciences*, 1(4), 473–492.
- Wainira, M. A. D., Liliweri, Y. K. N., & Mandaru, S. S. E. (2021). Pemanfaatan Instagram Sebagai Media Komunikasi Pemasaran Dalam Membangun Brand Image. *Jurnal Communio: Jurnal Jurusan Ilmu Komunikasi*, 10(2), 138–148.
- Wajdi, F., & Lubis, S. K. (2021). *Hukum Ekonomi Islam: Edisi Revisi*. Sinar Grafika (Bumi Aksara).
- Adawiyah, R., & Akbar, M. R. (2023). *Pengaruh Ekonomi Dan Pelayanan Akademik Terhadap Kebahagiaan Mahasiswa Institut Agama Islam Tafaqquh Fiddin Dumai Di Era Covid-19*. 3, 53–54.
- Akbar, A., Ilfah, F. N. A., Malikah, N., Ummah, V. R., & Adiyanto, M. R. (2024). Permasalahan Dan Peluang Perkembangan Umkm Melalui Pencatatan Akuntansi Perusahaan Tahu Kamal, Bangkalan. *Jurnal Locus Penelitian Dan Pengabdian*, 3(8), 695–703.

- Akbar, M. R. (2023a). Communication Development People In The Revolutionary Era Industry 4.0 & Covid-19. *Linguanusa*, 1(1), 10–18.
- Akbar, M. R. (2023b). *Sadar Wisata Melalui Digital Tourism* Di. 4(1), 34–41. <Https://Doi.Org/10.26798/Jpm.V4i1.1512>
- Al Kutsi, M. I., & Kom, S. (2024). *Pengantar Manajemen Syariah*. Azizia Karya Bersama.
- Alfinasari, S., & Purnomo, H. (2022). *Analisis Kualitas Produk Dan Pelayanan Terhadap Kepuasan Konsumen (Studi Kasus Pada Kedai Romo Kopi Kediri)*.
- Hardi, W. (2020). *Collaborative Governance Dalam Perspektif Administrasi Publik*.
- Harun, N., Kaharu, A., & Prasetyo, J. (2023). Pengukuran Kepuasan Mahasiswa Menggunakan Servqual-Csi Di Laboratorium Simulasi & Komputasi. *Prosiding Snitt Poltekba*, 6, 216–223.
- Huda, M., & Purnomo, S. (2025). Peran Bauran Pemasaran Pendidikan Islam Dalam Meningkatkan Citra Dan Kualitas Lembaga Pendidikan Islam. *Journal Of Education*, 5(1).
- Irfan, M. Z., Arief, M. Y., & Soeliha, S. (2023). Analisis Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Kepuasan Pelanggan Melalui Minat Beli Konsumen Sebagai Variabel Intervening Pada Warung Tahu Tek Cak Sugeng Di Situbondo. *Jurnal Mahasiswa Entrepreneurship (Jme)*, 2(10), 2376–2395.
- Ismoyo, F. D. W. (2021). *Pengaruh Citra Sekolah Dan Promosi Terhadap Keputusan Siswa Memilih Sekolah Di Man 3 Jombang*. Iain Kediri.
- Jabbar, M. R. A. A., Chotimah, C., & Sulistyorini, S. (2025). Integrasi Nilai Keislaman Dalam Manajemen Strategik Untuk Membangun Keunggulan Kompetitif Lembaga Pendidikan Islam Di Era Globalisasi Digital. *Cendekia: Jurnal Ilmu Pengetahuan*, 5(1), 185–192.
- Jannah, K., & Husnul, M. (2024). Fashion Business Competition According To Law No. 5 Of 1999 And Sharia Economic Law: A Study On Fashion Stores In Aceh Market. *Jurista: Jurnal Hukum Dan Keadilan*, 8(1), 177–200.
- Judijanto, L., Wibowo, G. A., Karimuddin, K., Samsuddin, H., Patahuddin, A., Anggraeni, A. F., Raharjo, R., & Simorangkir, F. M. A. (2024). *Research Design: Pendekatan Kualitatif Dan Kuantitatif*. Pt. Sonpedia Publishing Indonesia.
- Majdina, N. I., Pratikno, B., & Tripena, A. (2024). Penentuan Ukuran Sampel Menggunakan Rumus Bernoulli Dan Slovin: Konsep Dan Aplikasinya. *Jurnal Ilmiah Matematika Dan Pendidikan Matematika*, 16(1), 73–84.
- Marwan, M. P., Konadi, W., Kamaruddin, S. P., & Sufi, I. (2023). *Analisis Jalur Dan Aplikasi Spss Versi 25: Edisi Kedua*. Merdeka Kreasi Group.
- Munir, M., & Ma'sum, T. (2022). Strategi Membangun Brand Image Lembaga Pendidikan. *Intizam: Jurnal Manajemen Pendidikan Islam*, 5(2), 22–41.
- Nuzuli, A. K. (2022). *Dasar-Dasar Penulisan Karya Ilmiah*. Jejak Pustaka.
- Prahesti, R. T., Ruliana, P., & Subarsa, K. Y. (2021). Kualitas Pelayanan Akademik Terhadap Citra Perguruan Tinggi. *Ganaya: Jurnal Ilmu Sosial Dan Humaniora*, 4(1), 234–244.
- Purwanto, A. (2022). Pemodelan Regresi Multilevel Pada Pengaruh Masalah Yang Dihadapi Siswa Terhadap Hasil Belajar Matematika. *Jurnal Axioma: Jurnal Matematika Dan*

*Pembelajaran*, 7(2), 119–128.

- Putri, N. T., Satria, B., Amrina, E., & Alfadhlani, A. (2021). Pengaruh Kualitas Layanan Terhadap Kepuasan Mahasiswa Dengan Moderasi Budaya Organisasi Dan Reputasi. *Jurnal Rekayasa Sistem Industri*, 10(2), 121–130.
- Qomariah, N. (2021). *Pentingnya Kepuasan Dan Loyalitas Pengunjung: Studi Pengaruh Customer Value, Brand Image, Dan Atribut Produk Terhadap Kepuasan Dan Loyalitas Pengunjung Pariwisata Pantai*. Pustaka Abadi.
- Rahayu, F. (2024). *Hubungan Budaya Organisasi Dengan Kompetensi Sosial Guru Di Smas Inshafuddin Banda Aceh*. Uin Ar-Raniry.
- Sarie, F., Sutaguna, I. N. T., Par, S. S. T., Par, M., Suiraoka, I. P., St, S., Darwin Damanik, S. E., Se, M., Efrina, G., & Sari, R. (2023). *Metodelogi Penelitian*. Cendikia Mulia Mandiri.
- Sudirjo, F., Jauhar, N., Nurchayati, N., Ashari, A., Sari, H., Siagawati, M., Anis Anshari, M., Herdiansyah, D., Supyansuri, C., & Idrus, I. (2023). *Manajemen Pemasaran Jasa Pendidikan: Konsep, Model, Dan Implementasi*.
- Susetyo, D. P., Pranajaya, E., Setiawan, T., & Suryana, A. (2022). Kualitas Pelayanan Akademik Dan Citra Institusi Sebagai Determinan Kepuasan Mahasiswa. *Formosa Journal Of Applied Sciences*, 1(4), 473–492.
- Wainira, M. A. D., Liliweri, Y. K. N., & Mandaru, S. S. E. (2021). Pemanfaatan Instagram Sebagai Media Komunikasi Pemasaran Dalam Membangun Brand Image. *Jurnal Communio: Jurnal Jurusan Ilmu Komunikasi*, 10(2), 138–148.
- Wajdi, F., & Lubis, S. K. (2021). *Hukum Ekonomi Islam: Edisi Revisi*. Sinar Grafika (Bumi Aksara).