

DAFTAR PUSTAKA

- Adirinarso, D. (2023). No Title. In *Nucl. Phys.* (Vol. 13, Issue 1).
- Anisa, Z., & Saparudin, S. (2022). Branding Sekolah Islam Modern: Sekolah Islam Terpadu, Madrasah/Sekolah Alam, dan Tahfiz Al-Qur'an. *eL-HIKMAH: Jurnal Kajian dan Penelitian Pendidikan Islam*, 16(1), 49-64.
- Alfianti, C. D., Riputri, R., & Hadiyanti, A. H. D. (2024). Implementasi Integrasi Kurikulum IPC (International Primary Curriculum) dan Merdeka di SD Nasional Plus Indonesia. *EDUKATIF: JURNAL ILMU PENDIDIKAN*, 6(1), 220-231.
- Alma, B. (2014). *Manajemen Pemasaran dan Pemasaran Jasa*. Bandung: Alfabeta
- Alma, B., & Hurriyati, R. (2008). *Manajemen Corporate & Strategi Pemasaran Jasa Pendidikan: Fokus Pada Mutu dan Layanan Prima*. Bandung: Alfabeta
- Ariwibowo, M. E. (2019). Strategi Pemasaran Lembaga Pendidikan Tinggi Swasta, *Scientific Journal of Reflection: Economic, Accounting, Management and Business*, 2(2), 181-190.
- Asrori, B. (2016). Strategi Pemasaran Sekolah Dalam Upaya Meningkatkan Partisipasi Masyarakat Di SMA Islam Nurul Amanah Kecamatan Tragah Kabupaten Bangkalan. *Inspirasi Manajemen Pendidikan*, 4(1).
- Azizah, Y., & Halwati, U. (2023). Strategi Branding Sekolah Dalam Meningkatkan Kepercayaan Masyarakat di Indonesia. *JIIP-Jurnal Ilmiah Ilmu Pendidikan*, 6(5), 3568-3576.
- Baryanto, & Fathurrochman, I. (2022). Pemasaran Jasa Pendidikan Sebagai Strategi Peningkatan Minat Sekolah di Madrasah Aliyah Negeri Insan Cendekia Bangka Tengah. *Edukasi Islami: Jurnal Pendidikan Islam*, 11(2), 727-730. <https://doi.org/10.30868/ei.v11i02.4380>
- Budiarti, E., Anggreini, D., Susanti, D.A.P., Damayanti, Y., & Yunita, Y. (2023). Strategi Branding Sekolah Dalam Meningkatkan Awereness Masyarakat. *Dirasah : Jurnal Studi Ilmu dan Manajemen Pendidikan Islam*, 6(2), 250-257.
- Budiyatmo, B., & Iriani, A. (2022). Membangun Citra Sekolah Berdasarkan Marketing Mix untuk Meningkatkan Jumlah Peserta Didik. *Kelola: Jurnal Manajemen Pendidikan*, 9(2), 238-252
- Carrol, C. E. (2013). *The Handbook of Communication and Corporate Reputation*. West Sussex, UK: John Wiley & Sons, Inc.
- Chaffey, D., & Ellis-Chadwick, F. (2019). *Digital Marketing*. Pearson uk.
- Chen, C. T. (2019). The mediating effect of brand identity on brand knowledge and the operational development of universities. *South African Journal of Business Management*, 50(1), 1-11.
- Creswell, J. W. (2016). *Research Design, Pendekatan Metode Kualitatif, Kuantitatif, dan Campuran*. 4th ed. Yogyakarta: Pustaka Belajar.
- Fauzia, I. Y. (2013). *Etika Bisnis Dalam Islam*. Jakarta: Kencana

- Fanisyah, E. (2022). *Manajemen Pemasaran Pendidikan Melalui Strategi Branding di SMP Islam Al Falaah Kota Tangerang Selatan* (Doctoral dissertation, Universitas Negeri Jakarta)
- Firmansyah, A. (2023). *Strategi Pemasaran*. Yogyakarta: CV Budi Utama
- Fradito, A. (2016). Strategi Pemasaran Pendidikan dalam Meningkatkan Citra Lembaga Pendidikan Islam (Multikasus di SDI Surya Buana dan MIN Malang 2). In *Strategi Pemasaran Pendidikan dalam Meningkatkan Citra Lembaga Pendidikan Islam (Multikasus di SDI Surya Buana dan MIN Malang 2)*.
- Fuad, N. (2021). *Supervisi Pendidikan*. Depok: PT Raja Grafindo Persada
- Gelder, S.V. (2005). *Global Brand Strategy*. London: Kogan Page.
- Hakim, L., Nanda, I., & Bahtiar, Y. (2021). Digital Marketing Pada Lembaga Pendidikan: Pemahaman, Penerapan dan Efektifitas. In *Prosiding SEMINAR NASIONAL DIES NATALIS UTP SURAKARTA* (Vol. 1, No.01, pp.128-138).
- Hamalik, O. (2017). *Dasar-dasar Pengembangan Kurikulum*. Bandung: PT Remaja Rosdakarya
- Hamdani, M. (2023). *Strategi Branding Lembaga Pendidikan SDIT Insan Mulia Kediri Lombok Barat dalam Menarik Minat Masyarakat*. (Doctoral dissertation, UIN Mataram)
- Hidayati, N. (2021). Pemanfaatan Website Sekolah Sebagai Strategi Digital Marketing di Madrasah Aliyah Unggulan Ammanatul Ummah Surabaya. *Jurnal Kependidikan Islam*, 11(1), 111-133.
- Horton, J. L. (2011). *Managing Reputation: An Opinion*.
- Huda, M. N. (2019). Manajemen Pemasaran sekolah. *Ta'dibi : Jurnal Manajemen Pendidikan Islam*, VIII(September 2019), 25.
- Indrasari, M. (2019). *Pemasaran Dan Kepuasan Pelanggan*. Surabaya: Unitomo Press
- Jamaludin. (2020). Manajemen Strategi Pemasaran Pendidikan Di SDIT Alam Nurul Islam Sleman. *AL-FAHIM: Jurnal Manajemen Pendidikan Islam*, 2(2), 1–12. <https://doi.org/10.54396/alfahim.v2i2.91>.
- Karsono, K., Purwanto, P., & Salman, A. M. Bin. (2021). Strategi Branding Dalam Meningkatkan Kepercayaan Masyarakat Terhadap Madrasah Tsanawiyah Negeri. *Jurnal Ilmiah Ekonomi Islam*, 7(2), 869–880. <https://doi.org/10.29040/jiei.v7i2.2649>
- Keller, K. L. (2013). *Strategic Brand Management*. England: Pearson Education Limited.
- Khairani, A. I., & Manurung, W. R. A. (2019). *Metodologi Penelitian Kualitatif Case Study*: Jakarta: Trans Info Media.
- Kotler, P., & Amstrong, G. (2016). *Principles of marketing* (16th ed). Pearson Edition
- Kusrini, K. (2021). Strategi Komunikasi Word Of Mouth (WOM) Sebagai Upaya Promosi SDIT Alam Biruni. *Studia Komunika: Jurnal Ilmu Komunikasi*, 4(1),

28–32. <https://doi.org/10.47995/jik.v4il.43>.

- Halim, A. S. (2023). Strategi Branding SD Muhammadiyah Kangean Dalam Meningkatkan Kepercayaan Masyarakat. *SHANUN: Jurnal Pendidikan Madrasah Ibtidaiyah*, 1(2), 21-35.
- Lay, J. R. B. B., & Wahyono, H. (2018). Impact of The Development of Montaaain State Bound Station (PLBN) In Border Areas RI-RDTL In Belu District East Nusa Tenggara Province on Trade Activities. *Jurnal Pembangunan Wilayah dan Kota*, 14(1), 29-39.
- Lisnawati, A., Iga Luhsasi, D., & Sadjiarto, A. (2020). Strategi Pemasaran Lembaga Pendidikan Di Sekolah Dasar Dharma Mulia Dusun Banaran Getasan. *Jurnal Ilmiah Ekonomi Dan Bisnis*, 17(2), 198–205. <https://doi.org/10.31849/jieb.v17i2.4422>
- Lupi, F.R., & Nurdin, N. (2016). Analisis Strategi Pemasaran Dan Penjualan E-Commerce Pada Tokopedia.com. *Jurnal Elektronik Sistem Informasi dan Komputer*, 2(1), 20–29.
- Maadi, A. S. (2018). Digitalisasi Manajemen Pendidikan Islam dan Ekonomi Syariah di Perguruan Tinggi. *FIKROTUNA: Jurnal Pendidikan dan Manajemen Islam*, 7(01), 741-759.
- Mahfuzhah, H., & Anshari, A. (2018). Media Publikasi Humas Dalam Pendidikan. *Al-Tanzim : Jurnal Manajemen Pendidikan Islam*, 2(2), 137–149. **Error! Hyperlink reference not valid.**
- Miles, M. B., Huberman, A. M. & Saldana, J. (2014). *Qualitative Data Analysis: A Methods Sourcebook*. SAGE Publications, Inc.
- Moleong, Lexy J. (2017). *Metodologi Penelitian Kualitatif*. Bandung: PT Remaja Rosdakarya
- Mujib, Fathul & Septianingsih, T. (2020). *School Branding: Strategi Di Era Disruptif*. Jakarta: PT Bumi Aksara
- Mulyasana, D. (2012). *Pendidikan Bermutu dan Berdaya Saing*. Bandung: PT Remaja Rosdakarya
- Mundir, A. (2015). Strategi Pemasaran Jasa Pendidikan Madrasah. *MALIA: Jurnal Ekonomi Islam*, 7(1).
- Muttaqin, Z. (2011). Facebook marketing dalam komunikasi pemasaran modern. *Teknologi: Jurnal Ilmiah Sistem Informasi*, 1(2).
- Najiha, N., & Munastiwi, E. (2022). Strategi Manajemen Pemasaran Lembaga Sekolah dalam Menarik Peserta Didik Baru di TK/KB Tahfidz Qolbun Salim. *Edukatif: Jurnal Ilmu Pendidikan*, 4(5), 6846-6855.
- Nastain, M. (2017). Branding Dan Eksistensi Produk. *Channel*, 5(No. 1), 14–26. <https://core.ac.uk/download/pdf/295349026.pdf>
- Ngongo, V. L., Hidayat, T., & Widyanto, W.(2019). Pendidikan di Era Digital. In *Prosciding Seminar Nasional Program Pascasarjana Universitas PGRI Palembang*.

- Nurkarim, R., & Muin, A. (2024). Strategi Pemasaran Jasa Pendidikan Melalui Program PPDB Indent di SDIT Banten Islamic School. *Annizom*, 8.3.
- Perera, C. H., Nguyen, L. T. V., & Nayak, R. (2023). Brand engagement on social media and its impact on brand equity in higher education: integrating the social identity perspective. *International Journal of Educational Management*, 37(6/7), 1335-1359.
- Perwita, D., & Widuri, R. (2023). Telaah pendidikan: preferensi orang tua memilih sekolah swasta daripada sekolah negeri. *EQUILIBRIUM: Jurnal Ilmiah Ekonomi Dan Pembelajarannya*, 11(1), 64. <https://doi.org/10.25273/equilibrium.v11i1.14779>
- Rahardjo, M. (2017). Studi Kasus dalam Penelitian Kualitatif: Konsep dan prosedurnya.
- Rahayu, S. (2023). Strategi Pemasaran Produk Dalam Meningkatkan Kepuasan Pelanggan. *Jurnal Penelitian Dan Pengkajian Ilmiah Sosial Budaya (JPPISB)*, 2 (1), 109-113.
- Rahman, M.Z. (2023). *Strategi Pemasaran Sekolah di Yayasan Syiar Bangsa Summarecon Bekasi* (Doctoral dissertation, Universitas Negeri Jakarta).
- Ratnasari, L., & Suradika, A. (2020). Membangun Reputasi Sekolah Islam di Kalangan Kelas Menengah Muslim. *Persepektif Komunikasi: Jurnal Ilmu Komunikasi Politik dan Komunikasi Bisnis*, 4 (1), 18-29.
- Rifa'i, M., & Hosen, M. (2023). Strategi Humas dalam Meningkatkan Reputasi Sekolah (Studi Kasus di Ma Miftahul Ulum). *JHIP (Jurnal Ilmiah Ilmu Pendidikan)*, 6 (6), 5420-5427.
- Rizkiyah, R., Istikomah, I., & Nurdyansyah, N. (2020). Strategies to Build a Branding School in Efforts to Improve the Competitiveness of Islamic Education Institutions. *Proceedings of the ICECRS*, 7.
- Rohmitriasih, H. S. (2015). Strategi Pemasaran Jasa Pendidikan Dalam Meningkatkan Loyalitas Pelanggan. *Universitas Negeri Malang. Jurnal*.
- Rusadi, R. (2013). *Kiat dan Strategi Kampanye Public Relations*. Jakarta: Rajawali Pres
- Saputri, S. A. S., Kusumaningrum, H., & Munawwaroh, Z. (2023). Strategi Digital Marketing dalam Meningkatkan School Branding. *Educational Journal of Bhayangkara*, 3(1).
- Sianturi, R., Rahmah, Y. A., & Handiani, N. V. (2023). Strategi Pemasaran Sekolah dalam Upaya Meningkatkan Minat Belajar di TK Wijaya Kusuma. *Jurnal Ilmiah Cahaya Paud*, 5(2), 76-83.
- Sitorus, S. A., dkk. (2022). *Brand Marketing: The Art of Branding*. Bandung: CV Media Sains Indonesia
- Skallerud, K. (2011). School reputation and its relation to parents' satisfaction and loyalty. *International Journal of Educational Management*, 25(7), 671-686. <https://doi.org/10.1108/09513541111172081>
- Sope, A. S. (2023). Analisis Strategi Pemasaran Terhadap Peningkatan Penjualan.

- JIBEMA: *Jurnal Ilmu Bisnis, Ekonomi, Manajemen, Dan Akuntansi*, 1(2),87-100. <https://doi.org/10.62421/jibema.v1i2.56>.
- Sudibjo, N., & Agustin, M. I. R. (2019). Peran Reputasi Sekolah, Nilai-Nilai Pelayanan, dan Kualitas Pelayanan Pada Kepuasan Siswa. *JUDIKA (Jurnal Pendidikan Unsika)*, 7(2), 53–62.
- Sugiyono (2019). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D*. Bandung: Alfabet.
- Susilo, M. J. (2022). Strategi Branding Sekolah Dalam Meningkatkan Animo Siswa dan Awereness Masyarakat. *Jurnal Pendidikan Dompot Dhuafa*, 12, 1–6.
- Suss, G. (2013). The Next Revolution Will Be In Education : *Journal of International Education Research*, 9(1), 47–55.
- Susyanto, B. (2020). Manajemen Lembaga Pendidikan Islam Dalam Menghadapi Era Digital. *Al-Madrasah: Jurnal Ilmiah Pendidikan Madrasah Ibtidaiyah*, 6(3), 692-705.
- Suyatno, S. (2015). Sekolah Islam Terpadu Dalam Peta Sistem Pendidikan Nasional. *Alqalam*, 32(2), 309. <https://doi.org/10.32678/alqalam.v32i2.553>
- Syaadah, S. F. (2024). Strategi Promosi Berbasis Digital Marketing dalam Meningkatkan Minat Calon Peserta Didik Baru di Sekolah. *Dinamika Pembelajaran: Jurnal Pendidikan dan Bahasa*, 1(4), 322-333.
- Tanuatmadja, Y., Swandi, I. W., & Raditya, A. (2014). Perancangan Branding “Marilyn’s Cake” Surabaya. 12, 1(4), 1–12.
- Tofaynudin, J. I. (2023). Strategi Membangun Brand Image dalam Meningkatkan Daya Saing Lembaga Pendidikan. *Journal on Teacher Education*, 4(3), 389-399.
- Umayah, S. (2015). Upaya Guru dan Kepala Madrasah Dalam Meningkatkan Daya Saing Madrasah. *Mudarrisa: Jurnal Kajian Pendidikan Islam*, 7(2), 259-288.
- Ulti, Desi. (2021). Digital Marketing Sekolah. <https://garudacyber.co.id/artikel/2261-digital-marketing-sekolah>
- Wahyunto, M., Hidayati,D., & Sukirman, S. I. (2024). Strategi Branding Sekolah di Era Digital Dalam Meningkatkan Animo Masyarakat Melalui Pemanfaatan Digital Marketing. *Academy of Education Journal*, 15(2), 1260–1271.
- Warta, W. (2017). *Manajemen Reputasi*. Bandung: Simbiosis Rekatama Media
- Wijaya, D. (2012). *Pemasaran Jasa Pendidikan*. Jakarta: Salemba Empat
- Yin, R. K. (2023). *Studi Kasus: Desain & Metode* (Terj. Iswadi, Neti, & Ahmad Andry). Indramayu: CV. Adanu Abimata.