

DAFTAR PUSTAKA

- Ainun. (2021). Strategi HUMAS Dalam Membangun Citra Sekolah di SMA Negeri 1 Gringsing Kabupaten Batang. *Jurnal Universitas Islam Negeri Walisongo Semarang*.
- Arfin, Anggraeni. (2017). Strategi Kepala Sekolah Dalam Meningkatkan Prestasi Belajar Siswa. *Journal: UM Surabaya (Jurnal Pendidikan dan Ilmu Pengetahuan)*. 17(1), 7-8.
- Doney, M., Cannon, J. P., & Hobbs, J. (2013). Trust Examination of the Nature of in Buyer-Seller. Relationship for assistance. 61(2), 35–51
- Fatimah. (2020). Implementasi Manajemen Humas Untuk Meningkatkan Citra Positif Sekolah di SMAN 3 Kepahiang. *Jurnal Institut Agama Islam Negeri Curup*.
- Ferinadewi, Erna. (2008). Merek dan Psikologi Konsumen Implikasi pada State. Yogyakarta: Graha.
- Harrison, J.S. dan C.H. St John. (2009). Managing and Partnering with External Stakeholders. *Academy of Management Executive*. Vol. 10, No. 2, pp. 46 - 61.
- Hunger, Wheelen. (2011). *Manajemen Strategis*. Jakarta: PT Indeks Kelompok Gramedia.
- Jefkins, Frank, Daniel Yadin. (2004). *Public Relations*. Jakarta: Erlangga.
- Kotler, Philip dan Kevin Lane Keller. (2009). *Manajemen Pemasaran Edisi 13 Jilid 1*. Jakarta: Erlangga.
- Larkin, Martins. (2008). *Risk Issues and Crisis Management: A Casebook of Best Practice*. London: Kogan Page.
- Mujib. (2021). Strategi Branding dalam Meningkatkan Daya Tarik Sekolah. *Journal of Economic Education*. 3(2), 43-47.
- Mujtahidah, N. (2021). Strategi sekolah dalam membangun Brand Image guna peningkatan daya saing: Studi kasus di SMP Insan Terpadu Paiton Probolinggo (Doctoral dissertation, Universitas Islam Negeri Maulana Malik Ibrahim).
- Nurjanah. (2022). Peran Manajemen Humas Pendidikan Dalam Membangun Citra Sekolah di SMA Al Amin. Bachelor thesis, Institut Agama Islam Sahid Bogor.
- Pebriany, Srie A., dan Nunung Sanusi. (2020). Peran Kepala dan Komite Sekolah dalam Membangun Citra Positif Madrasah Diniyah. *Buana Komunikasi*, vol. 1, no. 2, pp. 92-101.

Saepudin. (2020). Peran Kepala Sekolah Kemah Indonesia 2 Dalam Upaya Membangun Citra Positif Sekolah. Buana Komunikasi, vol. 1, no. 1, pp. 35-49.

Sari, Kurniawan. (2023). Analisis Fenomena Tawuran Antarpelajar Dengan Teori *Differential Association*. Jurnal Sosial dan Humaniora. 8(2), 235-236.

Schiffman dan Kanuk. (2020). Perilaku Konsumen dan Strategi Pemasaran. Jakarta: PT. Indeks Salemba Empat.

Sholihah, Tutut. (2018). Strategi Manajemen Humas Dalam Menciptakan *School Branding* Pada Sekolah Islam Terpadu. J-MPI (Jurnal Manajemen Pendidikan Islam). 3(2), 72-73.

Sugiyono. (2012). Metode Penelitian Kuantitatif Kualitatif dan R&D. Bandung: Alfabeta.

Sugiyono. (2016). Metode Penelitian Kualitatif, dan Kuantitatif. Bandung: Alfabeta.

Suhardan, Dadang. (2010). Supervisi Profesional (Layanan Dalam Meningkatkan Mutu Pembelajaran Di Era Otonomi Daerah). Bandung: Alfabeta.

Utaminingsih. (2020). Strategi Branding SMK IT Smart Informatika dan SMK Muhammadiyah 4 Surakarta dalam Menghadapi Persaingan Penyelenggaraan Pendidikan. Jurnal Universitas Muhammadiyah Surakarta.

Wardani, E. K. (2021). Strategi Kepala Sekolah dalam Menciptakan Citra Positif di SMP Islam Al-Azhar 29 BSB Semarang (Doctoral dissertation, Universitas Islam Negeri Walisongo Semarang).

Wartick. (2009). Komunikasi Organisasi dalam Membentuk Citra dan Reputasi. Jurnal Penelitian dan Pengabdian Masyarakat Indonesia. 3(1), 356-357.

Wiludjeng, Sri. (2007). Pengantar Manajemen. Yogyakarta. Graha Ilmu.