

DAFTAR PUSTAKA

- Afifi, J. (2014). *01 Problem Solving of Masalah Pemasaran Produk*. Yogyakarta: Laksana.
- Ardiansah, I., & Maharani, A. (2021). *Optimalisasi Instagram Sebagai. Media Marketing*. Bandung : CV. Cendekia Pres.
- Arifin, A. (2011). *Dakwah Kontemporer Sebuah Studi Komunikasi*. Yogyakarta: Graha Ilmu.
- Arikunto, S. (2013). *Prosedur Penelitian : Suatu Pendekatan Praktik*. Jakarta: PT Rineka Cipta.
- Aulia, R. I. (2021). Pengaruh Manajemen Strategi Pendidikan dalam Meningkatkan Mutu dan Daya Saing. *Edukatif : Jurnal Ilmu Pendidikan*, Vol.3 No.4.
- Dimiyati, J. (2013). *Metodologi Penelitian Pendidikan & Aplikasinya* . Jakarta: Kencana.
- Enis, B. M. (2016). *Manajemen Pemasaran dan Pemasaran jasa*. Bandung: Alfabeta.
- Faizin, I. (2017). Strategi Pemasaran Jasa Pendidikan Dalam Meningkatkan Nilai Jual Madrasah. *Jurnal Madrasah*, Vol. 7, No. 2.
- Frinces, Z. H. (2011). *Be An Entrepreneur (Jadilah Seorang Wirausaha) Kajian Strategis Pengembangan Kewirausahaan*. Yogyakarta: Graha Ilmu.
- Hadi, S. (2015). *Metodologi Riset*. Yogyakarta: Pustaka Pelajar.
- Handoko, T. (2011). *Manajemen Edisi 2*. Yogyakarta: Anggota IKAPI.
- Haryanto, R., & Rozza, S. (2012). Pengembangan Strategi Pemasaran Dan Manajemen Hubungan. *Jurnal Ekonomi dan Bisnis*, 11 No.1.
- Hasan, A. (2013). *Marketing dan Kasus-Kasus Pilihan*. Yogyakarta: CAPS.
- Hasan, A. (2014). *Marketing dan Kasus-Kasus Pilihan*. Yogyakarta: CAPS.
- Hasibuan, M. S. (2019). *Manajemen Sumber Daya Manusia*. Bandung: Bumi Aksara.
- Hidayati, R. (2010). *Bauran Pemasaran Loyalitas Konsumen*. Bandung: Alfabeta.
- Hisyam, A. I. (2017). *Ekonomi Makro*. Jakarta: Kencana.
- Hutabarat, J., & Husein, M. (2012). *Strategi*. Jakarta: UI-Pres.

- Indonesia, T. R. (2008). *Kamus Bahasa Indonesia*. Jakarta: Pusat Bahasa.
- Indonesia, U.-U. R. (2003).
- Indriyani, R., & Suri, A. (2020). Pengaruh Media Sosial Terhadap Keputusan. *Jurnal Manajemen Pemasaran*, 14(1), 25–34.
- Kasmir. (2016). *Manajemen Sumber Daya Manusia (Teori dan Praktik)*. Depok: PT. Rajagrafindo Persada.
- Khasanah, A. (2015). Pemasaran Jasa Pendidikan Sebagai Strategi Peningkatan Mutu Di SD Alam Baturraden. *El-Tarbawi*, Vol. 8, No. 2 hal 162.
- Khasanah, A. (2015). Pemasaran Jasa Pendidikan Sebagai Strategi. *eL-Tarbawi*, Volume VIII, No.2.
- Kompri. (2015). *Manajemen Pendidikan komponen-komponen Elementer Kemajuan Sekolah*. Yogyakarta: Ar-Ruzz Media.
- Kotler, P., & Amstrong. (2012). *Prinsip-prinsip Pemasaran*. Jakarta: Erlangga.
- Kottler, P., & Keller, K. L. (2016). *Handbook Of Research Of Effective Advertising Strategies In The Social Media Age*. Cambridge: IGI Global.
- Lestari, & Kussudyarsana. (2020). Pengaruh Media Sosial Online dan Media Promosi Offline terhadap Pemilihan Merek Produk Skincare dan Klinik Kecantikan. *Jurnal Ekonomi Manajemen Sumber Daya*, Vol.22, No.1.
- Lupiyoadi, R. (2013). *Manajemen Pemasaran Jasa* . Jakarta: Salemba Empat.
- Manarung, J., & Siagine, H. L. (2021). Membangun Brand Image sebagai Manajemen Strategi dalam Upaya Meningkatkan Daya Saing Pada Lembaga Pendidikan. *Jurnal Inovatif*, Vol 7 No 2..
- N, A., B.S, A., & Efendi, C. (2020). Pengaruh Promosi Offline dan Online Terhadap Keinginan UMKM Untuk Bermitra dengan SMESCO Indonesia. *Jurnal Ilmu Komunikasi Politik dan Komunikasi Bisnis*, Vol 4 , No 2.
- Nabila, N., Aini, & R, S. B. (2020). Pengaruh Electronic Word of Mouth Media Sosial Instagram @Gartenhaus_Co dan Store Atmosphere Terhadap Minat Beli di Cafe Gartenhaus Malang Jawa Timur. *Jurnal Aplikasi Bisnis*, Vol. 6, No. 1. pp. 25-28.
- Nasehudin, T. S., & Ghozali, N. (2012). *Metode penelitian kuantitatif*. Bandung: CV Pustaka Setia.

- Noor, Z. Z. (2021). *Referensi Strategi Pemasaran 5.0*. Yogyakarta: Deepublish.
- Porter, M. E. (2018). *Strategi Bersaing (Competitive strategy)*. Tangerang: Karisma publishing group.
- Puntoadi, D. (2011). *Menciptakan Penjualan Melalui Sosial Media*. Jakarta: PT Alex Komputindo.
- R.Sudiyatmoko. (2015). *Panduan Optimalisasi Media Sosial Untuk Kementerian Perdagangan RI*.
- Rachmawati, R. (2011). Peranan Bauran Pemasaran(Marketing Mix) Terhadap Peningkatan Penjualan(Sebuah Kajian Terhadap Bisnis Restoran). *Kompetensi Teknik* , Vol. 2, No. 2.
- Rinnanik, & dkk. (2021). *Ilmu Manajemen di Era 4.0*. Indramayu: Adab.
- Rukmanasari, S. U. (2016). Manajemen Strategi dalam Meningkatkan Daya Saing Pendidikan. *J-PAI*, Vol.3 No.1.
- Shinta, A. (2011). *Manajemen Pemasaran*. Malang: UB Press,.
- Sudaryono. (2018). *Metodologi Penelitian*. Depok: PT. Raja Grafindo Persada.
- Sudjana, N. (2016). *Penilaian Hasil Proses Belajar Mengajar*. Bandung: PT Remaja Rosdakarya.
- Sugiyono. (2018). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif dan R&D*. Bandung: Alfabeta.
- Sugiyono. (2019). *Metodelogi Penelitian Kuantitatif dan Kualitatif Dan R&D*. Bandung: ALFABETA.
- Sukmadinata, N. S. (2013). *Metode Penelitian Pendidikan*. Bandung: PT Remaja Rosdakarya.
- Sunyoto, D., & Susanti, F. E. (2016). *Manajemen Pemasaran Jasa*. Yogyakarta: CAPS.
- Susanto, & Umam. (2013). *Manajemen Pemasaran Bank Syariah*. Bandung: Pustaka Setia.
- Terry, G. R. (2013). *Dasar-Dasar Manajemen*. Jakarta: Bumi Aksara.
- Thaib, E. J. (2021). *Problematika Dakwah Di Media Sosial*. Sumatra Barat: Insan Cendekia Mandiri.
- Wijaya, D. (2012). *Pemasaran Jasa Pendidikan*. Jakarta: Salemba Empat.

Wijaya, H. (2018). *Analisis Data Kualitatif (Ilmu Pendidikan Teologi)*. Makasar: Sekolah Tinggi Theologia Jaffray.

Wijayanti, F. T. (2014). *Marketing Plan Dalam Bisnis*. Jakarta: PT Elex Media Komputindo Kompas Gramedia.

