

## DAFTAR PUSTAKA

- Aaker, David. (2019). *Manajemen Pemasaran Strategi*. Edisi kedelapan. Jakarta: Salemba Empat.
- Agung Ngurah Aritama, A. (2016). Penanda Fungsi dan Media Promosi di Koridor Jalan Hayam Wuruk Denpasar. *Jurnal Ruang Space*, 3(3), 276–290.
- Arianti, N., Ari, A., (2021). Pengaruh *Brand Image* dan *Brand Awareness* Terhadap Keputusan Pembelian. *Jurnal Ilmiah Magister Manajemen*, 4(1). 39-50. <http://jurnal.umsu.ac.id/index.php/MANEGGIO>
- Arikunto, Suharsimi. (2006). *Prosedur Penelitian Suatu Pendekatan Praktis*. Yogyakarta: Rineka Cipta.
- Baharsyah, Syamsudin, & Nurhasan. (2023). Pengaruh Kualitas Pelayanan dan Promosi Terhadap Keputusan Mahasiswa Milih Kuliah di UMS. *JIMBis: Jurnal Ilmiah Manajemen Dan Bisnis*, 2(1), 14–30. <https://doi.org/10.30649/japk.v10i2.84>
- Cristina, N. N., Hertati, L., Syafitri, L., Munandar, A., & Hendarmin, R. (2022). Sosialisasi Manfaat Inovasi Pengolahan Singkong Desa Petanang Serta Fungsi Media Aplikasi Promosi Digital Program Kkn Tematik Mbkm Mahasiswa Universitas Indo Global Mandiri. *Prima: Portal Riset Dan Inovasi Pengabdian Masyarakat*, 1(4), 141–152. <https://doi.org/10.55047/prima.v1i4.336>
- Dwiyama, F. (2019). Brand Image: Upaya Memasarkan Pendidikan Bagi Lembaga Yang Kurang Mampu Bersaing. *Adaara: Jurnal Manajemen Pendidikan Islam*, 9(2), 880–891. <https://doi.org/10.35673/ajmpi.v9i2.424>
- Fadila, et al. (2020). *Penerapan Metode Naive Bayes dan Skala Likert Pada Aplikasi Prediksi Kelulusan Mahasiswa*. Bandung: Kreatif Industri Nusantara
- Fauzi, I., & Kartiko, A. (2023). Pengaruh Promosi dan Produk Terhadap Pengambilan Keputusan Memilih Madrasah. *Munaddhomah: Jurnal Manajemen Pendidikan Islam*, 4(2), 242-251.
- Ghozali, I. (2016) *Aplikasi Analisis Multivariete Dengan Program IBM SPSS 23*. Edisi 8. Semarang: Badan Penerbit Universitas Diponegoro.
- Habibah, A., Pendidikan, M., Dahlan, U. A., No, J. P., Umbulharjo, K., & Yogyakarta, K. (2023). Pemanfaatan Media Sosial dalam Upaya Meningkatkan Penerimaan Siswa Baru di SMA Swasta. *AoEJ: Academy of Education Journal*, 14(1), 107–123.
- Harisatunisa. (2021). Implikasi Citra Merek dalam Pemasaran Lembaga Pendidikan Islam Terhadap Hasil Rekrutmen Peserta Didik. *INSANIA : Jurnal Pemikiran Alternatif Kependidikan*, 26(1), 21–37.
- Hayati, F. et al (202). Lembaga Pendidikan: Kebijakan dan Pengambilan Keputusan. *JRTI: Jurnal Riset Tindakan Indonesia*, 6(1), 100-104

- Herwati, W. A. A. (2018). Effect of Marketing Mix (7p) on Student Decision Making In Choosing an Entrepreneur Based School (Study at Muhammadiyah 9 High School Surabaya). *Jurnal Ilmiah Administrasi Dan Bisnis*, 2(2), 309–325.
- Hidayati, N. (2021). Pemanfaatan Website Sekolah sebagai Strategi Digital Marketing di Madrasah Aliyah Unggulan Amanatul Ummah Surabaya. *Jurnal Kependidikan Islam*, 11(1), 111–133. <https://doi.org/10.15642/jkpi.2021.11.1.111-133>
- Hutami, Meyda Setyana. (2020). Implementasi Strategi *Branding* PAUD dalam Meningkatkan *Image* Sekolah. *Jurnal Pelita PAUD*, 4(2). 242-246.
- Ilhamiarsyah, U., Wijaya, R. F., Utomo, R. B., Komputer, S., Pembangunan, U., Budi, P., Informatika, M., Andre, M., & Pamoedji, K. (2018). Implementasi Augmented Reality Sebagai Media Promosi. *SENAR: Seminar Nasional Royal*, 7(1), 429–434.
- Imanda, I., & Kadarisman, Y. (2024). Faktor Yang Mempengaruhi Pilihan Siswa MTsN Dalam Memilih SMA di Kelurahan Khairiah Mandah. *Triwikrama: Jurnal Ilmu Sosial*, 4(7), 51-60
- Ismail. (2018). Perancangan Website Sebagai Media Promosi Dan Informasi. *Journal Of Informatic Pelita Nusantara*, 3(1), 82–86.
- Jannah, Fathul., Hadawiah., Abdul M. (2021). Analisis Peran Media Promosi Pada PT Mayora Dalam Mempromosikan Produk Torabika. *Jurnal Ilmiah Ilmu Komunikasi*, 2(2), 24-31
- Karo-karo S, Isran Rasyid & Rohani. (2018). Manfaat Media dalam Pembelajaran. *Jurnal Axiom*, 7(2), 91-96
- Kemala, I., & Antin, T. (2019). Ibu Dan Iklan Televisi (Tinjauan Terhadap Iklan Produk Untuk Balita Di Televisi). *Marwah: Jurnal Perempuan, Agama Dan Jender*, 10(2), 178-194. <https://doi.org/10.24014/marwah.v10i2.494>
- Khairani, Z., Soviyanti, E., & Kamilah, F., (2022). Periklanan Media Cetak, Digital Marketing, Kelompok Referensi dan Pengaruhnya Terhadap Keputusan Mahasiswa Memilih Perguruan Tinggi. *Jurnal Ilmiah Ekonomi dan Bisnis*, 19(2), 211-217.
- Khumaedi, Teddy. (2020). *Jurnalistik Dasar (Trik Menulis Artikel Opini di Media Cetak dan Online bagi Mahasiswa dan Pelajar)*. Riau: DOTPLUS Publisher. Cetakan Pertama.
- Kodrat, David Sukardi. (2020). *Manajemen Merek dan Strategi E-Commerce*. Jakarta: Kencana
- Kotler dan Keller. (2018). *Marketing Management*. New Jersey: Pearson Prentice Hall. 15th. Edition
- Kotler. (2018). *Manajemen Pemasaran*. Jakarta: Erlangga. Edisi tiga belas Bahasa Indonesia. Jilid 1 dan 2.

- Manurung, J., Anom, E., & Iswadi. (2023). Strategi Pemanfaatan Media Sosial Sebagai Sarana Promosi Sekolah Musik Di Dotodo Music Edutainment. *Technomedia Journal*, 8(2), 248–260. <https://doi.org/10.33050/tmj.v8i2.2086>
- Manurung, J., & Harlyn L Siagian. (2021). Membangun Brand Image Sebagai Manajemen Strategi Dalam Upaya Meningkatkan Daya Saing Pada Lembaga Pendidikan. *INOVATIF: Jurnal Penelitian Pendidikan, Agama dan Kebudayaan*, 7(2), 365-381.
- Mauliyana, Feti Fatimah, et al. (2022). Pengaruh Service Excellent Terhadap Citra Perusahaan dan Loyalitas Pelanggan: Theoretical Review. *Jurnal Sains Manajemen*, 4(1), 8-17
- Ma'sum, T. (2020). Eksistensi Manajemen Pemasaran dalam Membangun Citra Lembaga Pendidikan. *Jurnal Intelektual: Jurnal Pendidikan dan Studi Keislaman*, 10(2), 133-153. <http://ejournal.iaitribakti.ac.id/index.php/intelektual/index>
- Mudin, Pratidina, G., & Alamsyah Kusumadinata, A. (2023). Bentuk Promosi Sekolah Dalam Penerimaan Peserta Didik Baru. *Karimah Tauhid*, 2(5), 1520–1531.
- Muhdi, Nurkholis & Widodo, S. (2017). Teknik Pengambilan Keputusan Dalam Menentukan Model Manajemen Pendidikan Menengah. *Kelola: Jurnal Manajemen Pendidikan*, 4(2), 135-145.
- Mukaromah, Mutia Rahmi Pratiwi, & Egia Rosi Subhiyakto. (2022). Pelatihan Pembuatan Video Pembelajaran Sebagai Media Publikasi Sekolah Melalui Media YouTube. *Society: Jurnal Pengabdian Dan Pemberdayaan Masyarakat*, 3(1), 15–22. <https://doi.org/10.37802/society.v3i1.217>
- Mulyana, S. (2021). Pengaruh Harga Dan Ulasan Produk Terhadap Keputusan Pembelian Produk Fashion Secara Online Pada Shopee Di Pekanbaru. *Jurnal Daya Saing*, 7(2), 185–195. <https://doi.org/10.35446/dayasaing.v7i2.665>
- Munir, M., & Toha, M. (2022). Strategi Membangun Brand Image Lembaga Pendidikan. *Intizam: Jurnal Manajemen Pendidikan Islam*, 5(2), 23–41.
- Moleong, Lexy. (2017). *Metode Penelitian Kualitatif*. Bandung: PT Remaja Rosdakarya.
- Nasor, M. (2017). Optimalisasi Fungsi Radio Sebagai Media Dakwah. *Jurnal Al-Adyan*, 12(1), 105–128.
- Nasution, A., Siregar, N., Winanda, P., & Hanum OK, A. (2022). Hakikat Peserta Didik Dalam Pendidikan Islam. *Populer: Jurnal Penelitian Mahasiswa*, 1(3), 87–98. <https://doi.org/10.58192/populer.v1i3.393>
- Nurhamida, I. (2018). Problematika Kompetensi Pedagogik Guru Terhadap Karakteristik Peserta Didik. *Jurnal Teori Dan Praksis Pembelajaran IPS*, 3(1), 27–38. <https://doi.org/10.17977/um022v3i12018p027>
- Pandiangan, K., Masiyono & Atmogo, Y. D. (2021). Faktor-faktor Yang

- Mempengaruhi Brand Equity: Brand Trust, Brand Image, Perceived Quality, & Brand Loyalty. *JIMT: Jurnal Ilmu Manajemen Terapan*, 2(4), 471-484.
- Pristiwanti, D., Badariah, B., Hidayat, S., & Dewi, R. S. (2022). Pengertian pendidikan. *Jurnal Pendidikan Dan Konseling*, 4(6), 7911–7915.
- Puspitarini, D. S., & Nuraeni, R. (2019). Pemanfaatan Media Sosial Sebagai Media Promosi. *Jurnal Common*, 3(1), 71–80. <https://doi.org/10.34010/common.v3i1.1950>
- Puspitasari, A., & Patrikha, F. D. (2018). Analisis Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Keputusan Pemilihan Universitas Pada Siswa Kelas XII SMA Negeri 22 Surabaya. *JPEKA: Jurnal Pendidikan Ekonomi, Manajemen dan Keuangan*, 2(1), 1-10.
- Riswanto, Ari, et al. (2023). *Metodologi Penelitian Ilmiah: Panduan Praktis Untuk Penelitian Berkualitas*. Jambi: PT Sonpedia Publishing Indonesia.
- Rochman, A., Hanafri, M. I., & Wandira, A. (2020). Implementasi Website Profil SMK Kartini Sebagai Media Promosi dan Informasi Berbasis Open Source. *Academic Journal of Computer Science Research*, 2(1), 46–51. <https://doi.org/10.38101/ajcsr.v2i1.272>
- Saifudin, I., Rhomdani, R. W., Ihsan, M., Jember, U. M., Pendidikan, U., & Sorong, M. (2023). Optimalisasi Media Sosial Tiktok Sebagai Media Promosi Pada SMA / MA dan SMK Muhammadiyah Kabupaten Jember. *J-ABDIMASTEK*, 2(1), 31–38.
- Saniscara, P. (2022). Media Luar Ruang Serta Dampaknya Terhadap Kualitas Dan Lingkungan Hidup Masyarakat. *Jurnal Dimensi DKV Seni Rupa Dan Desain*, 7(2), 163–174. <https://doi.org/10.25105/jdd.v7i2.15168>
- Santoso, I. & Madiistriyatno, H. (2021). *Metodologi Penelitian Kuantitatif*. Tangerang: Indigo Media
- Saputra, F. E., Susanto, & Fadhilah, M. (2018). Pengaruh Kualitas Informasi, Persepsi Risiko dan Kepercayaan Terhadap Keputusan Pembelian Online (Studi Pada Konsumen Tokopedia Di Kabupaten Bantul). *Journal Competency of Business*, 2(1), 40–52.
- Saputra, Y., Hertati, L., Puspitawati, L., Gantino, R., & Ilyas, M. (2021). Pengembangan Kuliner Kue Lumpang Khas Daerah Lahat Guna Melestarikan Kuliner Asli Daerah. *ABDIMASY: Jurnal Pengabdian Dan Pemberdayaan Masyarakat*, 2(1), 46–52. <https://ejournal.staitbh.ac.id/index.php/abdimasy/article/download/521/328>
- Saputro, M. (2017). Analisis Faktor-Faktor yang Mempengaruhi Keputusan Mahasiswa dalam Memilih Program Studi. *Jurnal Pendidikan Informatika Dan Sains*, 6(1), 83–94.
- Sarbani, Y. A., & Lestari, I. (2022). Strategi Promosi Universitas Swasta melalui Instagram Pengamatan terhadap Akun Instagram Resmi 6 Universitas Swasta

- Unggulan di Jawa Timur. *Jurnal Administrasi Bisnis FISIPOL UNMUL*, 10(2), 150-165. <https://doi.org/10.54144/jadbis.v10i2.8519>
- Sholihah, Tutut. (2018). Strategi Manajemen Humas Dalam Menciptakan School Branding Pada Sekolah Islam Terpadu. *J-MPI (Jurnal Manajemen Pendidikan Islam)*, 3(2), 72–84.
- Sinaga, D. M. (2023). Pengambilan Keputusan dalam Organisasi Pendidikan. *Jurnal Pendidikan dan Konseling*, 5(1), 2899-2907.
- Siregar, Sofyan (2023). *Statistik Parametrik Untuk Penelitian Kuantitatif: Dilengkapi dengan Perhitungan Manual dan Aplikasi SPSS Versi 17*. Jakarta: PT Bumi Aksara.
- \_\_\_\_\_ (2013). *Metode Penelitian Kuantitatif*. Jakarta: PT Fajar Interpratama Mandiri.
- Sitanggang, F. A., Putri, D. E., & Sitanggang, P. A (2021). Analisis Faktor-faktor yang Mempengaruhi Keputusan Mahasiswa dalam Memilih Program Studi Manajemen Jenjang Strata-1 pada Perguruan Tinggi Swasta dan Perguruan Tinggi Negeri di Kota Jambi. *Ekonomis: Journal of Economics and Business*, 5(1). 117-131.
- Sudarwati, Wiwik dan Tikwalau, D. E. (2014). Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Siswa-Siswa SMU/SMK Terhadap Keputusan Pemilihan Perguruan Tinggi Swasta. *JISI UMJ: Jurnal Integrasi Sistem Industri*, 1(1), 68–81. <https://jurnal.umj.ac.id/index.php/jisi/article/view/927>
- Sugiyono. (2019). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, Dan R&D*. Bandung: CVAlfabet.
- \_\_\_\_\_ (2017). *Statistika untuk Penelitian, Cet. XXIX*. Bandung: Alfabeta
- Sujarweni, Wiratna. (2020). *Metodologi Penelitian Bisnis & Ekonomi*. Yogyakarta: Pustaka Baru.
- Sukinem & Sholihah, T. (2022). Manajemen Humas Dalam Membangun Citra (Image Building) di SD IT Al Manar Pangkalan Bun. *JURNAL JISPENDIORA: Jurnal Ilmu Sosial, Pendidikan dan Humaniora*, 1(2), 33-41
- Sukirman, S., Putra, M. M. R., & Kusumawati, A. J. (2021). Pemanfaatan Facebook Page Sebagai Media Promosi Sekolah Muhammadiyah di Kecamatan Tanon Sragen. *JPPM (Jurnal Pengabdian Dan Pemberdayaan Masyarakat)*, 5(2), 227. <https://doi.org/10.30595/jppm.v5i2.7403>
- Sutha, Diah Wijayanti. (2021). *Biostatistika: Buku Ajar*. Malang: Media Nusa Creative (MNC Publishing).
- Suryani, A. N. (2018). Pengaruh Brand Image Dan Biaya Pendidikan Terhadap Keputusan Mahasiswa Dalam Memilih Program Studi Manajemen Di Stie Rahmadiyah Sekayu (Studi Kasus Mahasiswa Program Studi Manajemen Angkatan 2013/2014). *Jurnal Manajemen Kompeten*, 1(1), 71–87. <https://doi.org/10.51877/mnjm.v1i1.21>

- Suyasa, I. M., & Sedana, I. N. (2020). Mempertahankan Eksistensi Media Cetak Di Tengah Gempuran Media Online. *Jurnal Komunikasi Dan Budaya*, 1(1), 56–64. <https://doi.org/10.54895/jkb.v1i1.314>
- Sya'idah, E. H., Tontowi J., (2024). Pengaruh Brand Image Terhadap Keputusan Memilih Sekolah Di MTs Arrahmah Purwotengah Papan Kediri. *Jurnal Ekonomi dan Bisnis*, 22(1), 1-8.
- Syahputra, Rizki. (2019). Strategi Pemasaran Dalam AlQuran Tentang Promosi Penjualan. *Jurnal Ecobisma*, 6(2), 83-88.
- Wicaksono, Andri (2022). *Metodologi Penelitian Pendidikan (Pengantar Ringkas)*. Yogyakarta: Garudhawaca
- Wiliana, E. (2018). Analisis Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Keputusan Mahasiswa Dalam Memilih Program Studi Di Fakultas Ilmu Kesehatan Universitas Muhammadiyah Tangerang. *Jurnal JKFT*, 3(1), 71-78. <https://doi.org/10.31000/jkft.v3i1.1019>
- Wulandari, W., Budiaman, B., & Purwandari, D. A. (2024). Strategi Membangun School Branding Guna Meningkatkan Citra Sekolah Smp Negeri 281 Jakarta. *Lentera: Multidisciplinary Studies*, 2(3), 309–316. <https://doi.org/10.57096/lentera.v2i3.100>
- Wono, H. Y., & Aji, I. D. K. (2020). Preferensi Komunikasi Pemasaran Terpadu Perguruan Tinggi Di Surabaya Pada Era Posmoderen. *Bricolage : Jurnal Magister Ilmu Komunikasi*, 6(02), 171–186. <https://doi.org/10.30813/bricolage.v6i02.2146>
- Y. Ningsih & E. Oemar. (2021). Perancangan Company Profile PT Wiradecon Multi Berkah Sebagai Media Promosi. *Jurnal Barik*, 2(3), 97–110. <https://ejournal.unesa.ac.id/index.php/JDKV/>
- Yasin, A. F. (2021). Hakikat peserta didik. *Educational Journal: General and Specific Research*, 1(1), 49–55. <https://adisampublisher.org/index.php/edu/article/view/24/22>
- Yusantiar, R. & Soewardikoen, D. W. (2018). Perancangan Identitas Visual untuk Promosi Pariwisata Kabupaten Rembang. *Andharupa: Jurnal Desain Komunikasi Visual & Multimedia*, 4(2), 207-220. <http://publikasi.dinus.ac.id/index.php/andharupa>
- Zulkipli, et al., (2022). Pelaksanaan Promosi Melalui Kegiatan Event Lomba Non Akademik Tingkat SMP/MTs. *Jurnal Pendidikan Glasser*, 6(2), 182-190.