

DAFTAR PUSTAKA

- Andreas. (2021). *Penerapan Strategi Promosi Dalam Pemasaran Jasa Pendidikan Di Masa Pandemi Covid-19*. 6, 102–110.
- Astuti, A., & Danial, R. (2019). Kepemimpinan Kepala Madrasah dalam Membangun Budaya Madrasah Yang Kondusif di Madrasah Aliyah Negeri. *Journal of Islamic Education Management*, 5(1), 31–45.
- Cahyani, D. I., Ulya, F., Muna, M. F., Fadhilah, S., Wachidah, E. U., & Hanik, J. (2021). Peran Lembaga Pendidikan dalam Membentuk Karakter Peserta Didik Era 4.0 di Sekolah Indonesia Kuala Lumpur. *Journal of Educational Integration and Development*, 1(3), 2021.
- Cry Cinta P. Anjeli, Betris L. Lengkong, dkk. (2022). Branding Institusi Pendidikan Melalui Media Sosial Instagram. *SEIKO: Journal of Management & Business*, 5(2), 44. <https://doi.org/10.37531/sejaman.v5i2.2893>
- Dayat, M. (2019). Strategi pemasaran dan optimalisasi bauran pemasaran dalam merebut calon konsumen jasa pendidikan. *Mu'allim*, 1, 299–318.
- Dr. Arif Rachman, Dr. E. Yochanan, D. I. A. I. S. (2024). *Dan R & D*.
- Eni Erlina. (2021). Strategi pemasaran sekolah inklusif di MI Ma'arif Keji Ungaran Semarang. *Fakultas Ilmu Tarbiyah Dan Keguruan, Universitas Islam Negeri Walisongo Semarang*, 11.
- Ibrahim, T., & Umuhani, P. (2021). Pengaruh manajemen pemasaran jasa terhadap Prestise lembaga pendidikan di madrasah Tsanawiyah Ma'arif Cikeruh Jatiangor Sumedang. *Jurnal Isema: Islamic Educational Management*, 6(2), 221-230.
- Junaris, imam & Haryanti, nik. (2020). *Manajemen Pemasaran Pendidikan*. July, 1–23.
- Kartika (2020). *Strategi Pemasaran Digital dalam Meningkatkan Daya Saing Madrasah di Era Revolusi Industri 4.0*. *Jurnal Pendidikan dan Teknologi*, 7(2), 123-135.
- Khair, H. (2021). Peran Lembaga Pendidikan Dalam Masyarakat Di Era Modern. *Darul Ulum: Jurnal Ilmiah Keagamaan, Pendidikan Dan Kemasyarakatan*, 12(2), 24–36. <https://doi.org/10.62815/darululum.v12i2.67>
- Khorotunniswah, L. (2020). Manajemen Hubungan Masyarakat dalam Membangun Prestise Lembaga. *Jurnal Kependidikan Islam*, 10(2), 176–189. <https://doi.org/10.15642/jkpi.2020.10.2.176-189>
- Kurniawan, A. (2017). Manajemen Pendidikan di Sekolah. *Cirebon: Eduvision*.
- Kurniawan, A. (2023). *Metodologi Penelitian*.

- Maisarah, D. (2020) Skripsi yang berjudul “*Strategi Pemasaran Pendidikan Dalam Peningkatan Prestise Madrasah Di MIN 7 Kota Banda Aceh* (Doctoral dissertation, UIN Ar-Raniry Banda Aceh”).
- Mardayanti, M., & Muttaqin, A. (2019). Yang berjudul “Strategi Pemasaran Madrasah Diniyah dalam Upaya Meningkatkan Jumlah Murid (Studi Kasus Madrasah Diniyah Darul Ulum Mangunsuman)”. *El-Wasathiya: Jurnal Studi Agama*, 7(2), 209-218.
- Ma’sum, T. (2020). Eksistensi Manajemen Pemasaran dalam Membangun Prestise Lembaga Pendidikan. *Jurnal Intelektual: Jurnal Pendidikan Dan Studi Keislaman*, 10(2), 133–153. <https://doi.org/10.33367/ji.v10i2.1243>
- Mohamad, S., & Syayidah, L. N. (2023). Stategi Kepala Madrasah Dalam Meningkatkan Prestise Madrasah Dengan Mengaitkan Nilai Keislaman Di Mts Negeri 2 Nganjuk. *PROPHETIK : Jurnal Kajian Keislaman*, 1(1), 20–32.
- Muwarti, E. (2017). Manajemen pemasaran pendidikan islam (Studi Tentang Manajemen Pemasaran di MTs Negeri Maguwoharjo). *Pendidikan Agama Islam*, 11.
- Nisa, E. (2022). Strategi Kepala Madrasah Dalam Meningkatkan Prestise Madrasah Di Mts Ma’arif Nu Kaligiri Kecamatan Sirampog Kabupaten Brebes. *Jurnal Ilmiah Ibtida: Jurnal Prodi PGMI STIT Pemalang*, 3(2), 121–138. <https://doi.org/10.58410/ibtida.v3i2.587>
- Pristiwanti, D., Badariah, B., Hidayat, S., & Dewi, R. S. (2022). Pengertian Pendidikan. *Jurnal Pendidikan Dan Konseling*, 4(6), 7991–7915. <https://doi.org/10.33387/bioedu.v6i2.7305>.
- Ristiyani, N. A. (2024). Skripsi yang berjudul Strategi pemasaran pendidikan dalam meningkatkan Prestise lembaga di smpn 1 sambit (Doctoral dissertation, iain ponorogo).
- Sarpendi, A., & Warisno, W. (2022). Peran Komunikasi Terencana dalam Pembentukan Prestise Institusi: Studi pada Perusahaan di Era Digital. *Jurnal Komunikasi dan Manajemen*, 10(1), 45-58.
- Sodik, M., & Syayidah, L. N. (2023). Strategi kepala madrasah dalan meningkatkan Prestise madrasah dengan mengaitkan nilai keislaman di Mts Negeri 2 Nganjuk. *Prophetik: Jurnal Kajian Keislaman*, 1(1), 20-32.
- Sugiyono. (2013). *Metode Penelitian kuantitatif dan kualitatif, dan R&D*. Bandung: Alfabeta.
- Syaadah, R., Ary, M. H. A. A., Silitonga, N., & Rangkuty, S. F. (2023). Pendidikan Formal, Pendidikan Non Formal Dan Pendidikan Informal. *Pema (Jurnal*

Pendidikan Dan Pengabdian Kepada Masyarakat), 2(2), 125–131.
<https://doi.org/10.56832/pema.v2i2.298>

Wibowo,A., & Subhan,A, Z. (2020). Strategi Kepala Madrasah Dalam Meningkatkan Mutu Pendidikan Adi Wibowo. *Indonesian Journal of Islamic Education Management*, 3(2), 108–116.

Wulandari, A., Harto, K., Astuti, M., & Sandi, A. (2021). Implementasi Strategi Pemasaran Jasa Pendidikan pada Masa Pandemi Covid-19 di SMK Muhammadiyah Pagar Alam. *Islamic Management: Jurnal Manajemen Pendidikan Islam*, 4(02), 285. <https://doi.org/10.30868/im.v4i02.1519>

Zainurossalamia, S. (2020). *Manajemen pemasaran teori dan praktik*. 30.



UINSSC

**UNIVERSITAS ISLAM NEGERI SIBER
 SYEKH NURJATI CIREBON**