

DAFTAR PUSTAKA

- Agustina, N. Iaras. (2023). *Pemasaran Era Digital : Strategi Memenangkan Persaingan di Dunia Online* (T. Yuwanda, Ed.). Penerbit Takaza Innovatix Labs.
- Ahmad Shiroth, & Diningrum Citraningsih. (2023). Konsep Manajemen Pemasaran dalam Peningkatan Citra Lembaga Pendidikan. *SALIHA: Jurnal Pendidikan & Agama Islam*, 6(1), 114–138. <https://doi.org/10.54396/saliha.v6i1.544>
- Albani, A., Pata, K., Hidayat, M. R., & Sanjaya, V. F. (2024). Strategi Marketing Produk Umkm Melalui Digital Marketing (Studi Kasus Ayam Penyet Umi). *Jurnal Manajemen Bisnis Syariah*, 1(2), 100–104. <https://journal.staittd.ac.id/index.php/ai/article/download/217/184/651>
- Bahrul, M. I., & Watupanjang, U. (2025). *Analisis Efektivitas Kampanye Iklan Digital dalam Meningkatkan Citra Lembaga Pendidikan Islam*. 11, 95–103.
- Charviandi dkk. (2023). Manajemen Pemasaran (Perspektif Digital Marketing). In *Journal GEEJ* (Vol. 7, Issue 2).
- Dr. Ekayanti Hafidah Ahmad., SKM., M. K., Dr. Ns. Makkasau, M.Kes., M. EDM., Fitriani, SKM., M. M., Anita Latifah, S.Si, SH, M., Marlin Eppang, S.Kep., Ns., M. Kep., Syahrani Buraerah, SKM., M. Kes., Dr. Sri Syatriani, SKM., M. Kes., Dr. Widia Shofa Ilmiah., SST., M. Kes., Titik Suhartini, S.Kep., Ns., M. Kep., & Lidia Widia., S.ST., M. K. (2023). *Metodologi Penelitian Kesehatan*.
- Erislan. (2024). UMKM Menggunakan Google Ads Training and Counseling on Marketing Optimization of MSME Products Using Google ADS. *Jurnal JAMAS; Jurnal Abdi Masyarakat*, vol 2, 413 – 417.
- Erlangga, B., & Nur Fadhillah, H. (2024). Upaya Peningkatan Penjualan Melalui Strategi Iklan Berbayar di Instagram pada PT. Bela Berlian Madiri. *Jurnal Manajemen Pendidikan Dan Ilmu Sosial*, 5(5), 2279–2290. <https://doi.org/10.38035/jmpis.v5i5.2779>
- Faiz, M., Suciarny, R., Zaskia, S., & Kusumaningrum, H. (2024). Implementasi POAC dalam Manajemen Pendidikan Modern. *Reflection: Islamic Education Journal*, 1(4), 26–36.
- Febrianita, R. (2025). *Optimalisasi Promosi Produk UMKM Melalui Advertising Digital Kelurahan Medokan Ayu, Kecamatan Rungkut Kota Surabaya*.
- Fitriyah, N., Darmawati, D., & Parlina, T. (2022). Strategi Promosi Periklanan Di Media Sosial Dalam Meningkatkan Pendapatan Client PT. Borneo Digital Marketing Ditinjau Dari Perspektif Ekonomi Islam. *Borneo Islamic Finance and Economics Journal*, 2(2), 151–170. <https://doi.org/10.21093/bifej.v2i2.5090>

- Hananto Sigit, M. N. H. (2022). Strategi Manajemen Pemasaran Pendidikan Madrasah. *Jurnal An-Nur: Kajian Pendidikan Dan Ilmu Keislaman*, Vol. 8, No.
- Indriani, F., Diba, F., Ubaedullah, D., & Pratama, A. I. (2021). Strategi Pemasaran Pendidikan Dalam Meningkatkan Citra Lembaga Pendidikan Islam. *Jurnal Isema: Islamic Educational Management*, 6(2), 131-148.
- Kurli, A., Elserisa, L., & Hidayat, I. (2023). Penggunaan Media Sosial Dalam Membranding Lembaga Pendidikan (Study Kasus MA Al Anwwar Ganding). *Jurnal Abhakte(Media Online)*, 1(1), 29–36.
- Kurniawan, A (2024). Metodologi Penelitian Kualitatif. Penerbit : CV. Zenius Publisher.
- Marinu Waruwu. (2023). Pendekatan Penelitian Pendidikan: Metode Penelitian Kualitatif, Metode Penelitian Kuantitatif dan Metode Penelitian Kombinasi (Mixed Method). *Jurnal Pendidikan Tambusa*, 7(2), 2896–2910. <https://doi.org/10.36706/jbti.v9i2.18333>
- Mukmin, B. (2020). Manajemen Pemasaran Jasa Sekolah Dasar Terpadu. *Jurnal Isema : Islamic Educational Management*, 5(1), 97–112. <https://doi.org/10.15575/isema.v5i1.6076>
- Muzakky, A., Detisha, F., Khasanah, N. S., Dewi, R. N., & Pratiwi, D. (2023). Penerapan Bauran Pemasaran Efektif dalam Meningkatkan Daya Tarik Lembaga Pendidikan Islam di Ponorogo. *Excelencia : Journal of Islamic Education & Management*, 3(1), 169–180.
- Nadila, D., Epty Hidayaty, D., Mulyadi, D., Manajemen, P., Bisnis, F., & Buana Perjuangan Karawang, U. (2023). Identifikasi Segmen, Target Dan Penentuan Posisi Pasar. *Jurnal Pijar Studi Manajemen Dan Bisnis*, 1(2), 104–109. <https://e-journal.naurendigiton.com/index.php/pmb>
- Pandiangan, K., Masiyono, M., & Dwi Atmogo, Y. (2021). Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Brand Equity: Brand Trust, Brand Image, Perceived Quality, & Brand Loyalty. *Jurnal Ilmu Manajemen Terapan*, 2(4), 471–484. <https://doi.org/10.31933/jimt.v2i4.459>
- Pritama, A. D., & Aziz, I. R. (2021). Pelatihan Beriklan Di Facebook (Fb Ads) Di Pondok Modern Az Zahra Al Gontory Sebagai Media Promosi. *Kumawula: Jurnal Pengabdian Kepada Masyarakat*, 4(1), 59. <https://doi.org/10.24198/kumawula.v4i1.30980>
- Rahma Nanda Nur Azizah, Mutiatas Sofiah, & Luat happyana. (2024). Pemasaran Digital sebagai Katalis Perubahan: Inovasi dalam Membangun Ketahanan Pesantren. *Jurnal Bintang Manajemen*, 2(3), 29–40. <https://doi.org/10.55606/jubima.v2i3.3257>

- Rindiani, D., & ali, H. (2025). Pengaruh Strategi Segmentasi Pasar, Diferensiasi produk dan Kualitas Layanan terhadap keputusan pembelian. *Dinasti Accounting Review*, 2(3), 107–115. <https://dinastires.org/DAR/article/view/1826>
- Rofiki, Moh. R., Afifatur Rahmah, & Nadiatur Rohmah. (2024). Manajemen Pemasaran Pendidikan Berbasis Kearifan Lokal: Upaya Peningkatan Kuantitas Santri di Era 4.0. *Indo-MathEdu Intellectuals Journal*, 5(6), 7629–7639. <https://doi.org/10.54373/imeij.v5i6.2247>
- Safitri, S. D. (2024). Innovative Marketing Strategies for the Transformation of Islamic Education. *Journal of Educational Management Research*, 3(2), 116–129. <https://doi.org/10.61987/jemr.v3i2.435>
- Samirah, A., Jumari, J., & Khoeron, K. (2021). Strategi Peningkatan Animo Masyarakat Melalui Digital Marketing Dalam Penerimaan Peserta Didik Baru Di Sekolah Dasar Mutiara Bali Tahun Pelajaran 2020/2021. *Faidatuna*, 2(3), 113-122.
- Setyaningsih, D., Vusvitha, V., Layla, N., & Harahap, S. (2025). *Strategi Pemasaran Jasa Pendidikan di Era Digital Educational Services Marketing Strategies in the Digital Era*. 5(1), 1–10. <https://doi.org/10.12928/jimp.v5i1.11876>
- Shakila Amadea Ayuningtyas, M. S. (2025). *Digital Marketing Communication Strategy PT. Tambang Culinary Nusantara Madiun Outlet*. 9(1). <https://doi.org/https://doi.org/10.32486/epicheirisi.v9i1.1017>
- Soemarno, V. D. (2025). YUME : Journal of Management Studi Komparatif Efektivitas Iklan Berbayar di Media Sosial Facebook dan Instagram. *YUME : Journal of Management*, 8(2), 228–234.
- Sugiyono (2025). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif dan R&D*. Edisi kedua Penerbit : Alfabeta, Bandung.
- Sumaa, S., Soegoto, A. S., & Samadi, L. S. (2021). Pengaruh Kualitas Produk, Harga Dan Iklan Media Sosial Terhadap Minat Beli Di E-Commerce Shopee (Studi Pada Mahasiswa Fakultas Ekonomi Dan Bisnis Universitas Sam Ratulangi Manado) the Influence of Product Quality, Price and Advertising Social Media on Buy. *304 Jurnal EMBA*, 9(4), 304–313 <https://ejournal.unsrat.ac.id/v3/index.php/emba/article/view/36229>
- Supriadi, A., Kusumaningsih, A., Kohar, Priadi, A., Yusniar Mendo, A., L. Asi, L., Podungge, R., Amelia Nuryadin, A., Hakri Bokingo, A., & Utami, F. (2022). Manajemen Pemasaran Pendidikan Modul Pembelajaran. *Kunststoff International*, 106(1), 1–177.

- Susanto, D., Risnita, & Jailani, M. S. (2023). Teknik Pemeriksaan Keabsahan Data Dalam Penelitian Ilmiah. *Jurnal QOSIM Jurnal Pendidikan Sosial & Humaniora*, 1(1), 53–61. <https://doi.org/10.61104/jq.v1i1.60>
- Triandra, D. (2025). *Peningkatan Kuantitas Peserta Didik melalui Pemasaran di Media Sosial pada Lembaga Jasa Pembelajaran Al-Quran Online QUR"AN30CHALLENGE*.
http://scioteca.caf.com/bitstream/handle/123456789/1091/RED2017-Eng-8ene.pdf?sequence=12&isAllowed=y%0Ahttp://dx.doi.org/10.1016/j.regsciu rbeco.2008.06.005%0Ahttps://www.researchgate.net/publication/305320484 _Sistem_Pembetulan_Terpusat_Strategi_Melestari
- Wulansari, Fatichah putri Andarini, S. (2025). *Implementasi Strategi Marketing Melalui Iklan Di Apotik Suryabioofficial*. 11(1), 209–230.

