

DAFTAR PUSTAKA

- Aaker, D. (1991). *Managing Brand Equity: Capitalizing on the Value of a Brand Name*. New York: Free Press.
- Abdullah, R., & Rahman, M. (2020). *Cultural Determinants of Parental Decision in Education*. *Journal of Social Culture*.
- Ainun, F. P., et al. (2023). Strategi Manajemen Pendidik di SMK PK. *Jurnal Pendidikan Kejuruan*, 15(1), 23–34.
- Aker, D. (1991). *Brand Equity and Its Measurement*. New York: Free Press.
- Aldi, R. (2024). Peran SMK dalam Menyongsong Era Society 5.0. *Jurnal Pendidikan Vokasi Indonesia*, 3(2), 101–115.
- Alma, B. (2018). *Manajemen Pemasaran dan Pemasaran Jasa*. Bandung: Alfabeta.
- Amalia, F., & Firmansyah, A. (2021). Digital inclusion in educational promotion. *Jurnal Pendidikan Digital*, 5(2), 112–125.
- Argyle, M. (2013). *Bodily Communication*. Routledge.
- Baumeister, R., & Leary, M. (2017). *The Need to Belong*. *Psychology Bulletin*.
- Booms, B., & Bitner, M. (1981). Marketing Strategies for Service Firms. *Journal of Marketing*, 45(2), 47–56.
- Brakus, J., Schmitt, B., & Zarantonello, L. (2009). *Brand Experience Theory*. *Journal of Marketing*.
- Braun, V., & Clarke, V. (2022). *Thematic Analysis: A Practical Guide*. London: Sage Publications.
- Chaffey, D., Ellis-Chadwick, F., & Mayer, R. (2020). *Digital Marketing*. London: Pearson.
- Creswell, J. (2018). *Qualitative Inquiry & Research Design*. Thousand Oaks: Sage.
- Damayanti, N., & Rahmat, D. (2021). Evidence-Based Promotion in Education Sector. *Jurnal Manajemen Pendidikan*, 8(2), 77–90.
- Dwiyana, F. (2021). Pemasaran Pendidikan Menuju Era Revolusi Industri 5.0. *Jurnal Administrasi Pendidikan*, 12(1), 13–25.
- East, R., Hammond, K., & Lomax, W. (2020). *Influence of Word of Mouth in Education Marketing*. *Education Marketing Review*.
- Fadhilah, R. (2022). Implementasi Konsep 7P dalam Meningkatkan Citra Sekolah. *Jurnal Pemasaran Pendidikan*, 9(2), 88–101.
- Fauzi, I. (2021). Tantangan SMK Swasta dalam Era Digitalisasi Pendidikan. *Jurnal Vokasi Nusantara*, 6(1), 44–58.
- Fauzi, I., & Harahap, R. (2022). Integrated Marketing Communication in Educational Institutions. *Jurnal Administrasi Pendidikan*, 3(1), 55–69.
- Fitriani, L. (2021). Strategi Pemasaran Sekolah Berbasis Digital. *Jurnal Teknologi Pendidikan*, 9(1), 34–46.
- Given, L. (2020). *The SAGE Encyclopedia of Qualitative Research Methods*. Thousand Oaks: Sage.
- Grönroos, C. (2016). *Service Management and Marketing*. Wiley.
- Hartati, T., & Nugroho, A. (2023). Strategic Continuity in School Promotion. *Jurnal Pendidikan dan Komunikasi*, 7(2), 12–23.
- Hidayah, N., & Arifin, Z. (2022). Efektivitas Media Sosial dalam Pemasaran Sekolah. *Jurnal Pendidikan Islam*, 13(1), 55–64.

- Keidanren. (2018). *Society 5.0: A Human-Centered Society*. Japan: Keidanren Publications.
- Kotler, P., & Armstrong, G. (2017). *Principles of Marketing*. London: Pearson.
- Kotler, P., & Fox, K. (1995). *Strategic Marketing for Educational Institutions*. New Jersey: Prentice Hall.
- Kotler, P., & Keller, K. (2016). *Marketing Management*. London: Pearson.
- Kotler, P., & Keller, K. L. (2009). *Marketing Management* (13th ed.). New Jersey: Pearson Prentice Hall.
- McCarthy, E. J. (1960). *Basic Marketing: A Managerial Approach*. Illinois: Irwin.
- Mead, G. H. (1934). *Mind, Self, and Society*.
- Morgan, R., & Hunt, S. (1994). *Commitment-Trust Theory of Relationship Marketing*. *Journal of Marketing*.
- Mutmainnah, I., & Hadi, S. (2021). Family-Value Communication in School Promotion. *Jurnal Komunikasi Pendidikan*, 6(2), 99–112.
- Nagata, M. (2019). Society 5.0 and the Future of Education. *Asian Education Review*, 8(3), 201–215.
- Parasuraman, A., Zeithaml, V., & Berry, L. (2005). *SERVQUAL Model*.
- Porter, M. (2008). *Competitive Strategy*. Harvard Press.
- Pujiati, S. (2020). Manajemen Strategis Pendidikan di Era Digital. *Jurnal Administrasi Pendidikan*, 11(2), 78–92.
- Rahmat, D., & Wibowo, S. (2022). Preferensi Digital Generasi Z dalam Memilih Sekolah. *Jurnal Teknologi dan Pendidikan Digital*, 4(2), 55–70.
- Rahmi, F. (2022). Implementasi 7P dalam Meningkatkan Citra Lembaga Pendidikan. *Jurnal Pemasaran Jasa Pendidikan*, 7(1), 23–40.
- Riyadi, A. (2024). Transformasi SMK dalam Era Society 5.0. *Jurnal Pendidikan Kejuruan Modern*, 2(1), 77–89.
- Sari, W., & Fauzi, I. (2022). Peran Alumni dalam Pemasaran Sekolah. *Jurnal Manajemen Pendidikan*, 5(3), 75–89.
- Schiffman, L., & Kanuk, L. (2010). *Consumer Behavior*. New Jersey: Pearson.
- Siemens, G. (2005). Connectivism: A Learning Theory for the Digital Age. *International Journal of Instructional Technology*, 2(1), 1–10.
- Strauss, J., & Frost, R. (2014). *Digital & Hybrid Marketing*. Pearson
- Suharto, M., et al. (2020). Strategi Penguatan Lembaga Vokasi. *Jurnal Manajemen Pendidikan Vokasi*, 10(2), 33–49.
- Suryani, T. (2020). Kegagalan Promosi Sekolah: Studi Manajemen Pendidikan. *Jurnal Evaluasi Pendidikan*, 9(1), 44–60.
- Trianto, A., & Yusup, M. (2021). Manajemen Pemasaran Institusi Pendidikan. *Jurnal Administrasi Pendidikan Modern*, 7(1), 11–29.
- Widya, E. L. (2023). Strategi Branding Sekolah di Tengah Pandemi. *Jurnal Komunikasi Pendidikan*, 8(1), 44–59.
- Zeithaml, V. A., Bitner, M. J., & Gremler, D. (2018). *Services Marketing*. McGraw-Hill.
- Zeithaml, V., Parasuraman, A., & Berry, L. (2006). *Delivering Quality Service: Balancing Customer Perceptions and Expectations*. New York: Free Press.