

DAFTAR PUSTAKA

- Abubakar, R. (2021). *Pengantar Metodologi Penelitian*. SUKA-Press UIN Sunan Kalijaga.
- Adair, J. E. (2010). *Decision making and problem solving strategies* (2nd. ed). Kogan Page.
- Arief, Z & Brabo, N.A (2025). The Influence of Word of Mouth and Social Media Marketing on Students' Decision to Choose a University With Brand Image as a Mediating Variable (Case Study at Darunnajah University). *Journal of Economics and Business (JECOMBI)*
- Asari, A., Thewa, Purba, S., & Arifin. (2023). *Peran media sosial dalam pendidikan*. Istana Agency.
- Auliarahman, L., & Sumadi, S. (2020). The effect of social media marketing and religiosity on perceived value and student's decision in choosing non-religious program at Islamic higher education. *Asian Journal of Islamic Management (AJIM)*, 2(2), 82–95.
- Bartoloni, S., & Ancillai, C. (2024). Twenty years of social media marketing: A systematic review, integrative framework, and future research agenda. *International Journal of Management Reviews*, 26(3), 435–457.
- Budiastuti, D., & Bandur, A. (2018). Validitas dan reliabilitas penelitian: Dengan analisis dengan NVIVO, SPSS dan AMOS. Mitra Wacana Media.
- Creswell, J. W. (2009). *Research design: Qualitative, quantitative, and mixed methods approaches* (3. ed.). SAGE Publ.
- Efrianto, et.al.(2025). *Panduan Lengkap Analisis Statistik untuk Penelitian Skripsi, Tesis dan Disertasi*. Umsupress: Medan
- Febriansah, R. E., & Meiliza, D. R. (2020). *Buku Ajar Teori Pengambilan Keputusan*. UMSIDA Press.
- Gunelius, S. (2011). *30-minute social media marketing: Step-by-step techniques to spread the word about your business fast and free*. McGraw-Hill.
- Hardani, Andriani, H., & Ustiawaty, J. (2020). *Metode Penelitian Kualitatif & Kuantitatif*. CV. Pustaka Ilmu.
- Heggde, G., & Shainesh, G. (Eds.). (2018). *Social media marketing: Emerging concepts and applications*. Palgrave Macmillan.
- Hildawati, et.al.(2024). *Metodologi Penelitian Kuantitatif & Aplikasi Pengolahan Analisa Data statistik*. PT. Sonpedia Publishing Indonesia: Jambi

- Kemenag. (2025). *Sudah Saatnya Diwujudkan Direktorat Jendral Pondok Pesantren*. Jakarta: Kementerian Agama Republik Indonesia
- Kotler, P., & Keller, K. L. (2012). *Marketing Management*. Pearson Education.
- Koukaras, P., Tjortjis, C., & Rousidis, D. (2020). Social Media Types: Introducing a data driven taxonomy. *Computing*, 102(1), 295–340.
- Liedfray, T., Waani, F. J., & Lasut, J. J. (2022). Peran Media Sosial Dalam Mempererat Interaksi Antar Keluarga Di Desa Esandom Kecamatan Tombatu Timur Kabupaten Minahasa Tenggara. *Jurnal Ilmiah Society*
- Machali, I. (2021). *Metode Penelitian Kuantitatif Panduan Praktis Merencanakan, Melaksanakan dan Analisis dalam Penelitian Kuantitatif*. Fakultas Ilmu Tarbiyah dan Keguruan Universitas Islam Negeri (UIN) Sunan Kalijaga Yogyakarta.
- Madhumita, G., & Selvam. (2024). *Strategic Decision Making: An Empirical Study of Key Factors*. International Journal Of Intelligent Systems And Applications In Engineering.
- Manik & Septiadi, A. (2024). Pengaruh Digital Marketing dan Kualitas Pelayanan Terhadap Keputusan Oran Tua Siswa dalam Memilih Sekolah Kak Seto Pondok Aren Tangerang selatan. *Jurnal Ekonomi, Manajemen dan Akuntansi*. 3 (2): 975–985
- Novriyansah, M. A. D., & Afgani, M. W. (2024). Media sosial sebagai alat promosi terhadap minat peserta didik. *Journal of Management in Islamic Education*, 5 (4), 437–447.
- Nurngaeni, A. (2021). Analisis Strategi Pemasaran Dengan Pendekatan Marketing Mix (Studi Kasus Pada Home Industry Subama Batik Kroya-Cilacap). *Jurnal Manajemen dan Ekonomi*.
- Pasolong, H. (2023). *Teori Pengambilan Keputusan*. ALFABETA, cv.
- Qadir, A., & Ramli, M. (2024). Media Sosial (Definisi, Sejarah Dan Jenis-Jenisnya). *Jurnal Agama, Sosial, dan Budaya*, 3 (6).
- Rahayu, W., Novianti, L., & Istiqomah, Y. (2024). Kombinasi Digital Marketing, Marketing Konvensional Dalam Strategi Pemasaran Produk UMKM Di Kampung Cikandang. *Jurnal Inovasi Masyarakat*, 4(1), 11–20.
- Rifa'i, M., & Syahputra, R. (2020). *Pengambilan Keputusan*. Kencana.
- Riki Gana Suyatna, Surya Alam, & Nurmala Vinata Putri. (2023). Strategi Manajemen Pemasaran Pendidikan Berbasis Media Sosial dalam Menarik Mahasiswa Baru Universitas Primagraha. *Jurnal Nuansa : Publikasi Ilmu Manajemen dan Ekonomi Syariah*, 2(1), 26–34.

- Ristanti, V., Igo, A., & Ariyani, F. (2024).. *Jurnal Ilmu Manajemen dan Pemasaran*, 2 (2), 55–67.
- Rohmah, N. (2022). Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Wali Santri Dalam Memilih Pondok Pesantren (Islamic Boarding School). *Journal of Social Community*, 7 (2), 234–247.
- Romli et al. (2021). *Marketing 4.0: Konsep dan implementasinya*. CV. Media Sains Indonesia.
- Sahir, S. H. (2021). *Metodologi Penelitian*. PENERBIT KBM INDONESIA.
- Saksono, L., Sugiono, E., Lestari, R., Hasanudin, & Nurwulandari, A. (2025). *From Likes to Enrolment: How Social Media Shapes Decision-Making Among Prospective Students*. *Jurnal Ilmiah Manajemen Kesatuan*.
- Santoso, P.H. (2025). *Jumlah santri Anjlok 4 Tahun Terakhir, Pesantren Hadapi Tantangan Serius*. Diakses dari: <https://data.goodstats.id/statistic/jumlah-santri-anjlok-4-tahun-terakhir-pesantren-hadapi-tantangan-serius-beLNe> (26 Oktober 2025)
- Shihab, M. Q. (2002). *Tafsir Al-Mishbah: Pesan, kesan, dan keserasian Al-Qur'an* (Vol. 14). Lentera Hati.
- Sihotang, H. (2023). *Metode Penelitian Kuantitatif*. UKI Press.
- Solihat, A., Hendracipta, N., & Yuliana, R. (2020). Pengembangan media puppet book berbasis pembelajaran multiliterasi pada peserta didik sekolah dasar. *Jurnal Bidang Pendidikan Dasar*, 4(2), 134–144.
- Solis, B. (2010). *Engage! The Complete Guide For Brands And Businesses To Build, Cultivate, And Measure Success In The New Web*. John Wiley.
- Sriyanto, A., Muttaqin, Z., & Purwanto. (2025). The Effectiveness Of Social Media Marketing Activity (SMMA) In Higher Education (A Consumer Decision Model/CDM Approach). *EKOMBIS REVIEW: Jurnal Ilmiah Ekonomi Dan Bisnis*, 13(2).
- Sugiyono. (2013). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, Dan R&D*. ALFABETA, cv.
- Tatinggulu, S., M. Bukhori, & Dewi R, W. (2025). Pengaruh Pemasaran Media Sosial Dan Kualitas Pelayanan Terhadap Keputusan Memilih Sekolah Di Apple Tree Pre- School Bali Melalui Kepercayaan Merek. *Jurnal Ekonomi Manajemen dan Bisnis*, 5(2).
- Umar, A. (2024). *Teori Pengambilan Keputusan Dalam Manajemen Sumber Daya Manusia*. PT Media Penerbit Indonesia.

- Vikaliana, R., Pujiyanto, A., & Mulyati, A. (2022). *Ragam Penelitian Dengan SPSS*. Tahta Media Group.
- Wahyuti, T. (2023). *Produksi Konten Digital*. Rekacipta Proxy Media.
- We Are Social. (2025). *Indonesia Digital Report: Social Media Use*. Jakarta: We Are Social.
- Widodo, S. et.al. (2023). *Buku Ajar Metode Penelitian*. Jakarta: CV Science Techno Direct.
- Wijaya, M. R. (2021). The Influence Of Promotion Strategies Through Social Media And Word Of Mouth Marketing On School Selection Decisions (Case Study At Smk Muhammadiyah Parakan). *International Journal Of Social And Management Studies* 2.
- Zahriyah, A. et.al.(2021). *Ekonometrika Teknik dan Aplikasi dengan SPSS*. Mandala Press: Jember
- Zulfikar et al., (2024) *Metode penelitian kuantitatif (Teori, metode dan praktik)*. Widina Media Utama.
- Zulni, A. H., Yuliawati, E., & Hereyah, Y. (2024). Strategi Komunikasi Pemasaran Sekolah Dalam Penerimaan Peserta Didik Baru. *MediaKom : Jurnal Ilmiah Komunikasi*, 13(2), 162.

