

DAFTAR PUSTAKA

- Airlangga, D. O. Y. (2022). *Manajemen Pemasaran Pendidikan dalam Meningkatkan Kuantitas Peserta Didik Baru di MAN 1 Ngawi*. Institut Agama Islam Negeri Ponorogo.
- Ali Imron. (2003). *Manajemen Pendidikan: Analisis Substantif dan Aplikasinya dalam Institusi Pendidikan* (Malang: PT Bumi Aksara, 2003). *Manajemen Peserta Didik Dalam Imron, A., Maisyaroh, Dan Burhanuddin,*”, 51– 66.
- Alma, B. (2018). *Manajemen Pemasaran dan Pemasaran Jasa*. Bandung: Alfabeta.
- Alonderiene, R., & Klimaviciene, A. (2023). Service Marketing in Higher Education: The Role of Physical Evidence. *Journal of Marketing for Higher Education*, 33(1), 1–15.
- Ara Hidayat & Imam Machali. (2022). Ara Hidayat & Imam Machali, *Pengelolaan Pendidikan; Konsep, Prinsip dan Aplikasi dalam Mengelola Sekolah dan Madrasah*. (Yogyakarta: Penerbit Kaukaba, 2022), hal. 223.
- Arifin, Z. (2022). Manajemen Peserta Didik sebagai Upaya Pencapaian Tujuan Pendidikan. *Dirasat: Jurnal Manajemen Dan Pendidikan Islam*, 8(1), 71–89. <https://doi.org/10.26594/dirasat.v8i1.3025>
- Astuti, R., Silalahi, R. L. R., & Wijaya, G. D. P. (2020). Analisis Marketing Mix 7P terhadap Keputusan Pembelian pada STIE Indocakti Malang. *Jurnal Riset Manajemen*, 3(11–15).
- Hidayah, R. (2017). *Ayat-Ayat Al-Qur''an Tentang Manajemen Pendidikan Islam*.
- Keller, P. K. K. L. (2016). *Marketing Management* (15th ed.). Pearson.
- Kurnia, W. (2019). Faktor yang Mempengaruhi Minat Siswa dalam Memilih Sekolah. *Jurnal Pendidikan Dan Kebudayaan*, 9(2), 100–110.
- Kurniawan, D., & others. (2022). Analisis Bauran Pemasaran Jasa Pendidikan pada Sekolah Menengah Kejuruan. *Jurnal Pendidikan Bisnis Dan*

Manajemen, 8(2), 120–135.

Kusumawati, A. (2019). Impact of Digital Marketing on Student Decision-Making Process of Higher Education Institution: A Case of Indonesia. *Journal of E-Learning and Higher Education*, 1–11.

Lovelock, C., & Wirtz, J. (2016). *Services Marketing: People, Technology, Strategy*. World Scientific Publishing.

Munir. (2018). Manajemen Pemasaran Pendidikan Dalam Peningkatan Kuantitas Peserta Didik. *Intizam: Jurnal Manajemen Pendidikan Islam*, 1(2), 1–37.

Murdiyanto, E. (2020). Metode Penelitian Kualitatif (Sistematika Penelitian Kualitatif). In *Yogyakarta Press*.

Pratiwi, N. (2017). Penggunaan Media Video Call dalam Teknologi Komunikasi. *Jurnal Ilmiah Dinamika Sosial*, 1, 213–214.

Rahman, A., & others. (2020). Pengaruh Marketing Mix terhadap Keputusan Mahasiswa Memilih Perguruan Tinggi. *Jurnal Manajemen Pendidikan*, 12(2), 45–56.

Rohiyatun, B., & Najwa, L. (2021). Pengelolaan Sarana Dan Prasarana Di Paud. *Jurnal Visionary: Penelitian Dan Pengembangan Dibidang Administrasi Pendidikan*, 6(1), 1. <https://doi.org/10.33394/vis.v6i1.4082>

Sarifudin, & Maya. (2019). Manajemen Pemasaran Pendidikan dalam Meningkatkan Daya Saing Sekolah. *Jurnal Pendidikan Manajemen Perkantoran*, 4(1), 1–10.

Slameto. (2010). *Belajar dan Faktor-Faktor yang Mempengaruhinya* (Revised). Rineka Cipta.

Sugiyono. (2010). *Metode Penelitian Pendidikan: pendekatan kuantitatif, kualitatif, dan R&D*. ALFABETA.

Sukardi, M. (2021). *Metodologi Penelitian Pendidikan* (R. Damayanti (ed.)). Bumi Aksara.

- Tjiptono, F. (2015). *Strategi Pemasaran* (4th ed.). Andi.
- Trygu. (2021). *Teori motivasi Abraham H, Maslow dan hubungan dengan minat belajar siswa*. Bandung, Guepedia.
- Wahyudi. (2017). Implementasi Marketing Mix pada Lembaga Pendidikan. *Jurnal Ilmu Pendidikan*, 23(1), 55–66.
- Warnadi, & Triyono, A. (2019). *Manajemen pemasaran*. Yogyakarta: . 978-623–20.
- Waruwu, M. (2023). Pendekatan Penelitian Pendidikan. *Jurnal Pendidikan Tambusai*, 7(1), 2896–2910.
- Zeithaml, V. A., Bitner, M. J., & Gremler, D. D. (2019). *Services Marketing: Integrating Customer Focus Across the Firm*. McGraw-Hill Education.
- Zuhriyo. (2020). Analisis Minat Peserta Didik dalam Pemilihan Sekolah. *Jurnal Edukasi*, 5(1), 25–34.

