

DAFTAR PUSTAKA

- Ajzen, & Icek. (1991). The theory of planned behavior. *Organizational Behavior and Human Decision Processes*, 50(2), 179–211.
[https://doi.org/https://doi.org/10.1016/0749-5978\(91\)90020-T](https://doi.org/https://doi.org/10.1016/0749-5978(91)90020-T)
- Alamsyah, Bukhori, M., & Agustin, T. (2023). PENGARUH BRAND IMAGE, DIGITAL MARKETING DAN REFERENCE GROUP TERHADAP KEPUTUSAN SISWA MEMILIH SEKOLAH DI MADRASAH ALIYAH MUHAMMADIYAH 1 MALANG Alamsyah1. *Jurnal Ilmiah Riset Aplikasi Manajemen(JIRAM)*, 1(2).
- Ali, M., Padilah, Y., Gloria, R. Y., Muspiroh, N., Biologi, T., Ilmu, F., & Nurjati, I. S. (n.d.). *Peningkatan Kemampuan Berpikir Kreatif Melalui Model Pembelajaran Project Based Learning Berbantuan E-Gallery*. 5, 1–15.
- Amaliati, A., Ellyawati, N., & Rahayu, V. P. (2021). Pengaruh Dukungan Orang Tua Terhadap Motivasi Belajar Daring Pada Mahasiswa Program Studi Pendidikan Ekonomi Universitas Mulawarman. *Educational Studies: Conference Series*, 1(2). <https://doi.org/10.30872/escs.v1i2.906>
- Anane-Donkor, L., & Dei, D.-G. J. (2021). Marketing Mix and Students' Enrolment in Institutions of Higher Learning. *Journal of Management and Business Education*, 4(2), 150–164. <https://doi.org/10.35564/jmbe.2021.0009>
- Arifudin, I., & Arifudin, I. (2019). *Demokratisasi sistem pendidikan pesantren*. 2(1), 18–34. <https://doi.org/10.5281/zenodo.3553804>
- Belch, George E.; Belch, M. A. (2004). *Advertising and Promotion: An Integrated Marketing Communications Perspective* (McGraw-Hill/Irwin (ed.); 6th ed.).
- Bobonis, G. J., & Finan, F. (2009). Neighborhood peer effects in secondary school enrollment decisions. *Review of Economics and Statistics*, 91(4), 695–716. <https://doi.org/10.1162/rest.91.4.695>
- Chandra, F. (2021). *Social Media Marketing* (Nusa (ed.)). DIVA Press.
- Dwistia, H., Sajdah, M., Awaliah, O., & Elfina, N. (2022). Pemanfaatan Media Sosial Sebagai Media Pembelajaran Pendidikan Agama Islam. *Ar-Rusyd: Jurnal Pendidikan Agama Islam*, 1(2), 81–99.
<https://doi.org/10.61094/arrusyd.2830-2281.33>
- Elyus, D. S., & Soleh, M. (2021). Strategi Humas Dalam Meningkatkan Citra

- Sekolah Di Era Pandemi Covid 19. *Jurnal Inspirasi Manajemen Pendidikan*, 09, 281–289.
- Erni Yunaida. (2017). Pengaruh Brand Image (Citra Merek) Terhadap Loyalitas Konsumen Produk Oli Pelumas Evalube di Kota Langsa. *Jurnal Manajemen Dan Keuangan*, 6(2), 801.
- Fadjrin, M. A., & Muhsin. (2017). Pengaruh Lokasi Sekolah, Promosi Sekolah, Persepsi dan Teman Sebaya terhadap Minat Siswa Memilih Jurusan. *Economic Education Analysis Journal*, 8(1), 18–23. <http://journal.unnes.ac.id/sju/index.php/eeaj>
- Firdausiyah, L., & Ghofur, M. A. (2024). “Keterlibatan Orang Tua Dalam Pengambilan Keputusan Pendidikan Anak.” *Sosial,Dan Ekonomi*, 5(1), 6–13.
- Handayani, C., Irfai, F., & Ismaya, E. A. (2021). Pentingnya Peran Orang Tua dalam Memberikan Motivasi Belajar Selama Pandemi Covid-19. *Jurnal Educatio*, 7(4), 1350–1355. <https://doi.org/10.31949/educatio.v7i4.1362>
- Harahab, D. F., & Andina, Z. (2022). Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Keputusan Mahasiswa Memilih Fakultas Ekonomi Universitas Muara Bungo. *Jurnal Manajemen Sains*, 2(1), 51–56.
- Hayati, Z. (2019). *Teori-Teori Pengambilan Keputusan*. 1–3.
- Kurniawan, A. (2018). *Metodologi Penelitian Pendidikan*. Remaja Rosdakarya.
- Kurniawan, A., Nuratillah, D. A., & Munawaroh, M. (2022). Manajemen Pemasaran Sekolah Menengah Kejuruan Islamic Center Cirebon dalam Membangun Brand Image untuk Meningkatkan Minat Calon Peserta Didik. *Holistik: Journal For Islamic Social Sciences*, 6(1), 12–23. <https://www.syekhnurjati.ac.id/jurnal/index.php/holistik/article/view/8352>
- Maccoby, & Martin. (1983). *Sosialisasi dalam konteks keluarga: Interaksi orang tua dan anak* (P. H. Mussen (ed.); 4th ed., pp. 1–101).
- Mahmud, Hayat, N., Chaniago, F., & Erlianto, M. (2022). STRATEGI PEMASARAN JASA PENDIDIKAN DALAM MENINGKATKAN CITRA SEKOLAH. *Braz Dent J*, 33(1), 1–12.
- Nababan, D. (2023). Pentingnya dorongan orang tua dalam membentuk karakter anak di dalam keluarga. *Jurnal Pendidikan Sosial Dan Humaniora*, 2 (4).
- Ningsih, I., . A., & . H. (2022). Strategi Manajemen Humas dalam Meningkatkan

- Citra Sekolah Di SMPN 1 Tellu Siattinge. *Jurnal Mappesona*, 5(1), 11–21.
<https://doi.org/10.30863/mappesona.v5i1.2495>
- Nuraisah, Ristanti, V., Igo, A., & Ariyani, F. (2024). PENGARUH CITRA SEKOLAH DAN PROMOSI MEDIA SOSIAL TERHADAP DI SMK NUSA BANGSA Abstrak. *Jurnal Ilmu Manajemen Dan Pemasaran*, 2(2), 55–67.
- Nurhakim, R., & Tafsiruddin, M. (2024). PENGARUH PROMOSI DAN FASILITAS TERHADAP KEPUTUSAN SISWA MEMILIH SEKOLAH DI SMAS NUSANTARA PLUS. *Jurnal PenKoMi : Kajian Pendidikan Dan Ekonomi*, 7(1). <http://jurnal.stkipbima.ac.id/index.php/PK/index>
- Nurizzati, Y., & Andini, W. (2019). *Pedoman Penulisan Skripsi dan Tesis*. 64.
- Nurohman, D. A., Kasyadi, S., & Sari, I. P. (2025). Pengaruh Promosi , Kualitas Pelayanan dan Persepsi atas Citra Sekolah Terhadap Keputusan Orang Tua Siswa Memilih Sekolah Menengah Kejuruan. 8(58), 150–160.
- Nuryadi, Astuti, T. D., Utami, E. S., & Budiantara, M. (2017). Dasar-Dasar Statistik Penelitian. In *Sibuku Media* (Cetakan 1). Sibuku Media.
- P. Ramadina, B. T. (2021). Strategi Marketing Pendidikan. *Jurnal Penelitian Kelas Dan Pengembangan Pembelajaran*, 4(1), 367–367.
- Patadungan, E., & Bandaso, S. (2023). Analisis Strategi Promosi Dalam Meningkatkan Jumlah Peserta Didik Pada SMK Pati Di Rantelemo. *Jurnal Ekonomi, Bisnis Dan Terapan (JESIT)*, 3(2), 161–168.
<https://doi.org/10.47178/6vj14v90>
- Permatasari, A. D., & Hariyati, N. (2021). Peran Orang Tua Dalam Meningkatkan Minat Dan Hasil Belajar Siswa. *Jurnal Inspirasi Manajemen Pendidikan*, 9(3), 695–709.
- Priyono. (2008a). *Metode Penelitian Kuantitatif* (T. Chandra (ed.)). Zifatama Publishing.
- Priyono. (2008b). *Metode Penelitian Kuantitatif* (T. Chandra (ed.); Revisi 201). Zifatama Publishing.
- Puspitarini, D. S., & Nuraeni, R. (2019). Pemanfaatan Media Sosial Sebagai Media Promosi. *Jurnal Common*, 3(1), 71–80.
<https://doi.org/10.34010/common.v3i1.1950>

- Puti, H. P., Pradiani, T., & Fathorrahman. (2024). Pengaruh Kualitas Pelayanan, Citra Sekolah Dan Persepsi Harga Terhadap Keputusan Siswa Studi Di SMAS Thomas. *Journal of Science and Social Research*, 7(4), 1512–1520. <http://jurnal.goretanpena.com/index.php/JSSR>
- Putra, A. P., Yetri, & Ayu, S. M. (2023). *Implikasi Marketing Mix dan Citra Sekolah terhadap Keputusan Orang Tua Memilih Sekolah Anak*. 7(1), 1–9.
- Rafiq, A. (2020). Dampak Media Sosial Terhadap Perubahan Sosial Suatu Masyarakat. *Jurnal Global Komunika*, 1(1).
- Sahir, S. H. (2021). *Metodologi Penelitian*. Penerbit KBM Indonesia.
- Sakhera, Z. J., Ayub, D., Maemunaty, T., Bahar, A., & Rahmat, M. (2022). Peranan Orang Tua Dalam Meningkatkan Kegiatan Belajar Anak Pada Masa Pandemi Covid-19. *Jurnal Kewarganegaraan*, 6(1), 1703–1711.
- Saleh, M. Y., & Said, M. (2019). *Konsep dan Strategi Pemasaran* (Sobirin (ed.); 1st ed.). CV Sah Media.
- Sedahmed, Z. M., & Nouredien, N. A. (2019). Factors Influencing Students Decisions to Enrollment in Sudanese Higher Education Institutions. *Intelligent Information Management*, 11(04), 61–76. <https://doi.org/10.4236/iim.2019.114006>
- Setiawan, I., Prianto, A., Sukarya, E., Mulyana, D., Komala, I., & Sapruwan, M. (2023). Pengaruh Promosi, Lokasi dan Pelayanan Terhadap Keputusan Orang Tua Murid Memilih SMP Presiden Jababeka yang Dimediasi oleh Minat Beli. *Jurnal EMAS: Ekonomi Manajemen Akuntansi Kewirausahaan*, 3(1), 7–13.
- Sholikhah, M. (2021). Pencitraan Publik Bagi Sekolah. *INTIZAM: Jurnal Manajemen Pendidikan Islam*, 4(2), 74–88. <https://media.neliti.com/media/publications/>,
- Sinaga, D. M. (2023). Pengambilan Keputusan Dalam Organisasi Pendidikan. *Jurnal Pendidikan Dan Konseling*, 5(1), 2899–2907.
- Slameto. (2010). *Belajar Dan Faktor-faktor Yang mempengaruhinya*. Rineka Cipta.
- Sudijono, A. (2011). *Pengantar Statistik Pendidikan*. Rajawali Pers.
- Sugiyono. (2021). *Metode Penelitian Pendidikan (Kuantitatif, Kualitatif,*

Kombinasi, R&D dan Penelitian Pendidikan). Alfabeta.

Syahrum, & Salim. (2014). *Metodologi Penelitian Kuantitatif*. Citapustaka Media.

Trianto, R. (2021). Komunikasi Pemasaran Melalui Media Sosial (Studi Kasus di SD Luqman Al Hakim Surabaya). *Jurnal Prodi Komunikasi Dan Penyiaran Islam*, IX(20).

Wahyuning, S. (2021). *Dasar-Dasar Dasar Statistik* (I. A. Dianta (ed.)). Yayasan Prima Agus Teknik.

