DAFTAR PUSTAKA

A. Kusmumastuti, A. M. K. (2019). *Metode Penelitian Kualitatif*. Lembaga Pendidikan Sukarno Pressindo.

Al-Ansi, A., Bhardwaj, R., & Wang, Y. (2024). Marketing research trends using technology acceptance model (TAM): A comprehensive review of institutional attraction and enrollment technologies. *Cogent Business & Management*, *11*(1), 12–21.

Alfansyur, A., & Mariyani. (2020). Seni Mengelola Data: Penerapan Triangulasi Teknik, Sumber Dan Waktu Pada Penelitian Pendidikan Sosial. *Jurnal Kajian, Penelitian & Pengembangan Pendidikan Sejarah*, *5*(2), 146–150.

Amiruddin, Ritonga, A. H., & Samsu. (2021). *Manajemen Pemasaran Jasa Lembaga Pendidikan Islam* . K-Media.

Anwar, S. (2020). *Metode Penelitian Kualitatif: Aplikasi dalam Penelitian Sosial dan Pendidikan*. Kencana .

Asari, A. (2023). *Peran Media Sosial dalam Pendidikan*. CV. Istana Agency.

Barsihannor. (2021). Manajemen Pendidikan Islam . *Jurnal Manajemen Pendidikan Islam*, *7*(2), 26–52.

D, H., Purba, S., & Rangkuti, I. (2023). Strategi Manajemen Pemasaran Pendidikan dalam Meningkatkan Antusiasme Calon Peserta didik Baru di Sekolah MTSS Nurul Ilmi Pantai Gemi Kecamatan Stabat. *Jurnal Serunai Ilmu Pendidikan*, *9*(1), 77–87.

Gunawan, I. (2018). *Metode Penelitian Kualitatif: Teori dan Praktik*. Bumi Aksara .

Hadi, F. J. (2021). *Media Sosial dan Perubahan Sosial: Teori dan Praktik di Indonesia*. Kencana .

Junaris, I., & Haryanti, N. (2022). *Manajemen Pemasaran Pendidikan* . Eurika Media.

Kepios, & PBB. (2023). *Digital 2023: Global Overview Report*. https://darilaut.id/berita/pengguna-facebook-3-miliar-terbanyak-platform-digital-tahun-2023

Lesmana, N., Hakim, I., & Sanjaya, A. (2022). *Manajemen Pemasaran*. Strategy Cita Semesta.

Liedfray, T., Wani, 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*, *2*(1), 1–13.

Manurung, J., Anom, E., & Iswadi. (2023). Strategi Pemanfaatan Media Sosial Sebagai Sarana Promosi Sekolah Musik Di Dotodo Music Edutainment. *Technomedia Journal (TMJ)* , *8*(2), 248–260.

Mukni'ah. (2021). *Manajemen Pemasaran Pendidikan*. Komojoyo Press.

Mulyana, D. (2019). *Komunikasi Pemasaran Digital: Strategi Media Sosial untuk Lembaga Pendidikan*. Alfabeta.

UNIVERSITAS ISLAM NEGERI SIBER
SYEKH NURJATI CIREBON

Nabila, A. (2022). Konsepsi Manajemen, Manajemen Mutu, Dan Manajemen Mutu Pendidikan. *Journal Ability : Journal of Education and Social Analysis*, *3*(1), 56–63.

Nasrullah, R. (2017). *Media Sosial Perspektif Komunikasi, Budaya dan Sosioteknologi* . Simbiosa Rekatama Media .

Nasution, A. F. (2023). *Metode Penelitian Kualitatif* . Harfa Creative .

Nasution, W. R. (2022). Konsepsi Manajemen, Manajemen Mutu Dan Manajemen Mutu Pendidikan. *ALACRITY : Journal Of Education*, *2*(1), 26–34.

Nurjanah, S., Widodo, S., & Sari, D. P. (2024). Persepsi peserta didik terhadap platform digital sekolah dengan pendekatan Technology Acceptance Model (TAM) dalam mempertahankan loyalitas pelanggan. *Transformasi Manageria: Journal of Islamic Education Management*, *4*(1), 313–331.

Panggabean, E. C. (2021). *Manajemen Pemasaran Pendidikan*. Institut Agama Kristen Negeri Tarutung.

Prasetya, D. Y. (2019). Pengaruh Kualitas Pelayanan dan Citra Sekolah Terhadap Keputusan Siswa SMK Budi Utomo Perak Jombang. *SENMAKOMBIS: Seminar Nasional Mahasiswa Ekonomi Dan Bisnis*, *3*(2), 1–15.

Prayitno, B., & Suryani, D. (2021). Pemanfaatan Media Sosial Facebook untuk Meningkatkan Citra Sekolah Dasar di Kota Bandung. *Jurnal Ilmiah Pendidikan*, *12*(2), 45–56.

Purwasih, T. R., & Yogayatama, A. N. (2023). Analisis Pemanfaatan Facebook Sebagai Media Promosi (Studi Pada Freyo Strike Kota Malang). *Jurnal Multi Data Palembang*, *2*(2), 521–529.

Puspianto, A. (2023). Realita Media Sosial dan Kehidupan Cyber Society . *An-Nida : Jurnal Komunikasi Dan Penyiaran Islam*, *11*(2), 50–73.

Putri, S., Karnawati, T., & Handarini, D. (2024). Pengaruh Kualitas Pelayanan, Citra Merek dan Social Media Marketing terhadap Keputusan Orang Tua Memilih SD Kids Republic di Jakarta Timur. *Jurnal Pendidikan Indonesia*, *5*(8), 487–498.

Robby, D. K. (2024). Digital marketing sebagai media branding sekolah dan memperkuat citra merek positif. *Jurnal Pendidikan Manajemen*, *4*(2), 107–117. https://journal.unesa.ac.id/index.php/jpm/article/view/29752

Santoso, J. T. (2020). *Analisis Media Sosial dengan Memakai AI (Artificial Intellegence)*. Yogyakarta Prima Agus Teknik.

Sastya, H. W. (2022). *Teknologi Digital di Era Modern*. PT Global Eksekutif Teknologi.

Setiadi, A. (2020). Pemanfaatan Media Sosial untuk Efektivitas Komunikasi . *Jurnal Pendidikan* , *1*(2), 1–7.

Silviah, R. (2025). Strategi Manajemen Pemasaran: Peran Produk, Harga, dan Promosi dalam Meningkatkan Daya Saing. *Jurnal Ilmu Manajemen Terapan* , *6*(4), 261–267.

Siminto, & Perdana. (2023). Social Media Marketing Strategy in Increasing Student Enrollment and Retention. *Jurnal Al-Fikrah*, *1*(1), 123–133.

Suaramerdeka. (2024). *Cara menghitung jumlah maksimal siswa per rombel SD, SMP, SMA/SMK di Dapodik 2025*. https://www.suaramerdeka.com/pendidikan

Sudjiani, E., Subarto, S., & Kusjono, G. (2019). Pengaruh Citra dan Kualitas Layanan Pendidikan Terhadap Kepuasan Peserta Didik di Sekolah Cikal Harapan. *Jurnal Ilmiah FEASIBLE: Bisnis, Kewirausahaan & Koperasi*, *1*(2), 123–137.

Suratnoaji, C., Nurhadi, & Candrasari. (2019). *Buku Metode Analisis Media Sosial Berbasis Big Data*. Sasanti Institute.

Swastha, B. (2019). *Manajemen Pemasaran Modern*. Liberty .

Swastha, B., & Handoko, T. H. (2021). *Manajemen Pemasaran*.

Wahyudi, K. (2017). Manajemen Pemasaran Pendidikan. *Kariman*, *5*(1), 65–82.

Waruwu, M. (2023). Pendekatan Penelitian Pendidikan: Metode Penelitian Kualitatif, Metode Penelitian Kuantitatif dan Metode Penelitian Kombinasi (Mixed Method). *Jurnal Pendidikan Tambusai*, *7*(1), 2896–2910.

Widjajanta, B., Sugiana, & Raharja, S. (2026). Digital leadership and social media marketing in modern higher education institutions: A structural equation modeling approach. *Digital Leadership and Social Media Marketing in Modern Higher Education Institutions: A Structural Equation Modeling Approach*, *17*(2), 210–229.

Wulandari, W., Japarianto, E., & Tandijaya, T. (2022). Penerapan Technology Acceptance Model (TAM) terhadap perilaku konsumen dalam memanfaatkan platform digital pendidikan. *Jurnal Manajemen Pemasaran*, *16*(2), 126–132.

Zainuddin, Z., & Haruna, H. (2025). Understanding students' technology acceptance behaviour in open educational marketing platforms: A meta-analytic study. *Computers & Education*, *1*(1), 215–230.

UINSSC
UNIVERSITAS ISLAM NEGERI SIBER
SYEKH NURJATI CIREBON