

DAFTAR PUSTAKA

- Ainurrofiqin, M. (2021). *99 Strategi Branding di Era 4.0: Kupas Tuntas Metode Jitu Membangun Citra Baik, Meyakinkan Pelanggan, dan Membangun Kesadaran Merek*. Anak Hebat Indonesia.
- Anang, M. (2018). *Perilaku konsumen (sikap dan pemasaran)*. Sleman: Deepublish Publisher.
- Anggita, N. R. (2025). *Pemanfaatan Media Sosial untuk Meningkatkan Branding Lembaga Pendidikan : Tinjauan Sistematis 2021-2024*. 14(4), 6769–6786.
- Anggraini, K., & Sunarsih, D. (2022). *Digital marketing*. Pascal Books.
- Arasy Alimudin, S. E., & Purwanto, G. (2022). *Digital marketing untuk umkm*. Narotama University Press.
- Budio, S. B. S. (2019). Strategi manajemen sekolah. *Jurnal Menata: Jurnal Manajemen Pendidikan Islam*, 2(2), 56–72.
- Budiyatmo, B., & Iriani, A. (2022). Membangun citra sekolah berdasarkan marketing mix untuk meningkatkan jumlah peserta didik. *Kelola: Jurnal Manajemen Pendidikan*, 9(2), 238–252.
- Chaffey, D., & Ellis-Chadwick, F. (2019). *Digital marketing*. Pearson uk.
- Chakti, G. (2019). *The book of digital marketing: Buku pemasaran digital (Vol. 1)*. Celebes Media Perkasa.
- Dadang Munandar, S. E. (2022). *DIGITAL MARKETING*. Cipta Media Nusantara.
- Dayat, M. (2019). Strategi pemasaran dan optimalisasi bauran pemasaran dalam merebut calon konsumen jasa pendidikan. *Jurnal Mu'allim*, 1(2), 218–299.
- Dwiyanti, N. (2020). *Image Branding Sekolah Numberone Melalui Public Speaking*.
- Fahmi, A., & Windasari, W. (2022). Peran website sebagai sarana branding sekolah di masa pandemi Covid-19. *Jurnal Inspirasi Manajemen Pendidikan*, 10(2), 330–340.
- Faiqoh, A. (2017). *Kinerja guru pendidikan agama islam dalam membentuk dan membina akhlak peserta didik di Sma Muhammadiyah Gisting Lampung Tahun Pelajaran 2016/2017*. UIN Raden Intan Lampung.
- Faiqoh, F. (2020). Education Marketing Strategies in Improving the Image of

- Education Institutions. *Eduvis: Jurnal Manajemen Pendidikan Islam*, 5(2), 48–58.
- Faizin, I. (2017). Strategi pemasaran jasa pendidikan dalam meningkatkan nilai jual madrasah. *Madaniyah*, 7(2), 261–283.
- Fajriyah, L. W. (2018). Strategi pemasaran dalam meningkatkan penjualan tahu baxo Ibu Pudji Ungaran dalam perspektif ekonomi Islam. *UIN Walisongo, Tt Http://Eprints. Walisongo. Ac. Id/Id/Eprint/8894*.
- Fatihudin, D., & Firmansyah, A. (2019). *Pemasaran Jasa (strategi, mengukur kepuasan dan loyalitas pelanggan)*. Deepublish.
- Feri Sulianta, M. T. (2023). *Panduan Lengkap Digital Marketing*. Penerbit Andi.
- Fitria Halim, A. Z. K. (2022). *Manajemen Pemasaran Jasa.pdf* (Ronal Watr). Yayasan Kita Menulis.
- Gumilang, R. R. (2019). *Implementasi Digital Marketing Terhadap Peningkatan Penjualan Hasil Home Industri*. 10(1), 9–14.
- Gunawan, R., Malfiany, R., & Pane, H. Y. (2021). *Penerapan Digital Marketing Sebagai Strategi Pemasaran Ukm Rempeyek Nok Uus dengan Video Cinematic Didukung Motion Grafis*. 14(1), 25–36.
- Hendriadi, A. A., Sari, B. N., & Padilah, T. N. (2019). Pelatihan digital marketing usaha mikro, kecil dan menengah (UMKM) di Kabupaten Karawang. *Jurnal Pengabdian Masyarakat J-DINAMIKA*, 4(2), 120–125.
- Junita Marurung, H. L. S. (2021). *No Title*. 7(2), 365–381.
- Kannan, P. K. (2017). Digital marketing: A framework, review and research agenda. *International Journal of Research in Marketing*, 34(1), 22–45.
- Kartajaya, H. (2021). *Marketing 5.0: Technology for humanity*. Wiley.
- Kingsnorth. (2019). *Teoría y diseño organizacional*. Cengage learning.
- Kusuma, A. H. P., Sudirman, A., Purnomo, A., Aisyah, S., Sahir, S. H., Rumondang, A., Salmiah, S., Halim, F., Wirapraja, A., & Napitupulu, D. (2020). *Brand Management: Esensi, Posisi dan Strategi*. Yayasan Kita Menulis.
- Lestari, A. (2026). Strategi Digital Marketing Dalam Meningkatkan School Branding Di Man 1 OKU Timur. *Jurnal Idaaratul'Ulum (Jurnal Manajemen*

- Pendidikan Islam*), 8(1), 48–61.
- Lestari, T. (2026). *MANAJERIAL : Jurnal Inovasi Manajemen dan Supervisi Pendidikan*. 6(1), 26–33.
- Machali, I., & Hidayat, A. (2016). *The Handbook of EDUCATION MANAGEMENT Teori dan praktik pengelolaan sekolah/madrasah di Indonesia* (Vol. 1, Issue Cet. 1). Prenadamedia Group.
- Maisah, M., Mahdayeni, M., Maryam, M., & Alhaddad, M. R. (2020). Penerapan 7p sebagai strategi pemasaran pendidikan tinggi. *Jurnal Ekonomi Manajemen Sistem Informasi*, 1(4), 325–333.
- Maya Hiregar, G. (2020). *Analisis Digital Marketing Dinas Pariwisata Dalam Mempromosikan Desa Wisata Kabupaten Magetan*. Universitas Muhammadiyah Ponorogo.
- Mubarok, M. Z. (2024). *Efektivitas Branding dalam Meningkatkan Reputasi Lembaga Pendidikan Islam*. 3, 25–35. <https://doi.org/10.29138/jkis.v3i1.52>
- Mujib, F., & Saptiningsih, T. (2021). *School branding: Strategi di era disruptif*. Bumi Aksara.
- Musfar, T. F. (2020). *Buku Ajar Manajemen Pemasaran*. Media Sains.
- Musnaini, Musnaini and Suherman, Suherman and Wijoyo, Hadion and Indrawan, I. (2020) D. M. K. H. dan H. A. M. (2023). *Digital Marketing*. <https://repository.unja.ac.id/id/eprint/48454>
- Nomor, U.-U. (20 C.E.). *tahun 2016 tentang Merek dan Indikasi Geografis*.
- Noviyanti, D., Fitriani, Z. N., Wahyuni, A. T., Syahlendra, R., Studi, P., Komunikasi, I., Komunikasi, F. I., Pamulang, U., Sosial, M., Pendidikan, I., Digital, K., & Merek, C. (2025). *PENGEMBANGAN STRATEGI BRANDING INSTITUSI PENDIDIKAN*. 6(2), 426–436.
- Prasetyo, B. D., & Febriani, N. S. (2020). *Strategi branding: Teori dan perspektif komunikasi dalam bisnis*. Universitas Brawijaya Press.
- Prastowo, S. L., & Manunggal, B. (2022). Manajemen marketing jasa pendidikan di era digital. *Jurnal Manajemen Pendidikan*, 13(1), 45–57.
- Rachmadi, T., & Kom, S. (2020). *The power of digital marketing* (Vol. 1). Tiga Ebook.

- Reski Amelia Lubis, R. (2024). *PEMANFAATAN MEDIA SOCIAL TIK TOK SEBAGAI MEDIA EKSISTENSI DIRI BAGI SISWI SMAN 1 RAMBAH KABUPATEN ROKAN HULU*. Universitas Islam Negeri Sultan Syarif Kasim Riau.
- Ryan. (2018). *Digital Marketing Concept (Penggunaan Konsep Digital Marketing untuk Membuat Perubahan Besar)*. PT. Gramedia Pustaka Utama.
- Satriadi, W., Hendrayani, E., & Leonita Siwiyanti. (2021). *Manajemen pemasaran* (M. Suardi (ed.)).
- Setyaningsih, D. L. (2020). *Strategi Humas Dalam Menciptakan School Branding (Penelitian Kualitatif Di Sekolah Dasar Muhammadiyah Terpadu (SDMT) Ponorogo) Jurusan Manajemen Pendidikan Islam Institut Agama Islam Negeri Ponorogo*. April.
- Social, W. A., & Meltwater. (2025). *Digital 2025: The Essential Guide to the Global State of Digital. We Are Social*.
<https://wearesocial.com/us/blog/2025/02/digital-2025-the-essential-guide-to-the-global-state-of-digital/>
- Sri, R. (2021). *Membangun Citra Lembaga Perguruan Tinggi (Sebuah Tinjauan Perspektif Pasar)*. Nilacakra.
- Sumadi, S. (2021). *Dinamika transformasi UMKM di era digitalisasi pandemi covid-19*. *Prosiding Seminar Nasional & Call for Paper STIE AAS*, 4(1), 119–127.
- Tjiptono, F. (2017). danGregorius Chandra. 2012. *Pemasaran Strategik*. Edisi Kedua, Yogyakarta: Penerbit Andi.
- Wardani, E. M. A. K. (2021). *Strategi Kepala Sekolah dalam Menciptakan School Branding di SMP Islam Al-Azhar 29 BSB Semarang Skripsi*.
- Wati, A. P., Martha, J. A., & Indrawati, A. (2020). *Digital Marketing*, Malang: PT. Literindo Berkah Karya.
- Wibowo, D. H., Arifin, Z., & Sunarti, S. (2020). *Analisis strategi pemasaran untuk meningkatkan daya saing UMKM (Studi pada Batik Diajeng Solo)*. Brawijaya University.
- Wijaya, D. (2022a). *Pemasaran jasa pendidikan*. Bumi Aksara.

Wijaya, D. (2022b). *The digital marketing handbook: Deliver powerful digital campaigns*. Kogan Page Publishers.

Wijoyo, H., Suherman, D., Musnaini, D., & Indrawan, I. (2020). Digital marketing. CV. Pena PersadaRedaksi.

Zainal Arifin, S. E., Yoes, S. E., Sarwo Eddy Wibowo, M. M., Filda Angellia, S., Iswahyu Pranawukir, S. S., MI, K., RR, R. C., SH, M. I., Efitra, S., & Maria Jashinta Elisabet Hamboer, S. I. (2023). *Bisnis digital digital marketing saat ini (Kemampuan digital marketing dengan menguasai digital konten specialist pada masa Society 5.0)*. PT. Sonpedia Publishing Indonesia.

