

## DAFTAR PUSTAKA

- Fathurrohman, M. (2016). Meningkatkan Mutu Pendidikan Bangsa. *Jurnal Ta'Allum*, 04(01), 19–42.
- Fradito, A. (2016). Strategi Pemasaran Pendidikan dalam Meningkatkan Citra Lembaga Pendidikan Islam (Multikasus di SDI Surya Buana dan MIN Malang 2). In *Strategi Pemasaran Pendidikan dalam Meningkatkan Citra Lembaga Pendidikan Islam (Multikasus di SDI Surya Buana dan MIN Malang 2)*.
- Heath, R. L. (2002). Strategic Public Relations Management. In *Public Relations Review* (Vol. 28, Issue 1). [https://doi.org/10.1016/s0363-8111\(02\)00116-9](https://doi.org/10.1016/s0363-8111(02)00116-9)
- Juliana, J., & Johan, J. (2020). Pengaruh brand image dan brand trust sebagai variabel intervening dalam memilih universitas. *Journal of Business and Banking*, 9(2), 229. <https://doi.org/10.14414/jbb.v9i2.1978>
- Julioe, R. (2017). PENGEMBANGAN STRATEGI PEMASARAN PENDIDIKAN DI SMP ISLAM NGADIREJO TEMANGGUNG. *Ekp*, 13(3), 1576–1580.
- Keller, K. L. (2001). Building Customer-Based Brand Equity : A Blueprint for Creating Strong Brands Building Customer-Based Brand Equity : A Blueprint for Creating Strong Brands. *Journal of Marketing Communications*, 15(2–3), 139–155. <https://doi.org/10.1080/13527260902757530>
- Keller, K. L., & Keller, K. L. (2013). The Evolution of Integrated Marketing Communications. *The Evolution of Integrated Marketing Communications*. <https://doi.org/10.4324/9781315872728>
- Kusuma, A. H. P., Sudirman, A., Purnomo, A., Aisyah, S., Sahir, H. S., Rumondang, A., Salmiah, Halim, F., Wirapraja, A., Napitupulu, D., & Simarmata, J. (2020). *Brand Management: Esensi, Posisi dan Strategi* (Issue February 2021).
- Kuswanto, K., Maemunah, M., & Putra, R. D. (2018). Pengaruh Kualitas Layanan Dan Citra Sekolah Terhadap Loyalitas Stakeholder Sekolah Islam Al-Falah Kota Jambi. *Jurnal Pendidikan Ekonomi: Jurnal Ilmiah Ilmu Pendidikan, Ilmu Ekonomi Dan Ilmu Sosial*, 12(2), 283. <https://doi.org/10.19184/jpe.v12i2.8364>
- Megawanti, Priarti (2022). Meretas Permasalahan Pendidikan Di Indonesia. *Jurnal Formatif* 2(3): 227-234. ISSN: 2088-351X
- Munir, M. (2022). Strategi Membangun Brand Image Lembaga Pendidikan. *INTIZAM: Jurnal Manajemen Pendidikan Islam*, 5(2), 21–41.

- Nugroho, R., & Muiz, E. L. (2021). *Strategi Brand Image Dalam Rekrutment Peserta Didik Baru Di Smk Ma ' Arif Nu 1 Ajibarang Program Studi Manajemen Pendidikan Islam*.
- Rahayu, I. (2020). *Strategi Pemasaran Program Pendidikan Dalam Meningkatkan Citra Madrasah. Tesis*.
- Romadhiah, N. (2021). Strategi pemasaran jasa pendidikan dalam meningkatkan citra lembaga pendidikan di institut agama islam tebo. *Indonesian Journal of Islamic Educational Management*, 1(3), 152–163.
- Sodik, M. (2018). Teori Citra. *Journal of Chemical Information and Modeling*, 13–42. *Tesis manajemen membangun*. (2020).
- Sugiyono. *Metodologi penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D* (Bandung: Alfabeta, 2020), 367.
- Van Der Merwe, A. (1972). Management marketing. In *Agrekon* (Vol. 11, Issue 1). <https://doi.org/10.1080/03031853.1972.9523871>
- Zoltners, A. A., Sinha, P., & Lorimer, S. E. (2010). Building a winning sales force. In *Kellogg on Marketing*. <https://doi.org/10.1002/9781119199892.ch12>

