

DAFTAR PUSTAKA

- Adolph, R. (2016). *Konsep-Kosep Dasar Menjaga Sekolah Unggul*. 1–23.
- Asmoro, S. R. (2020). *Pengaruh Fasilitas Pelayanan, Biaya Sekolah Dan Citra Sekolah Terhadap Kepuasan Siswa Sekolah Bodhi Dharma*. 1–66.
- Azizah, Y., & Halwati, U. (2023). Strategi *Branding* Sekolah dalam Meningkatkan Awereness Masyarakat. *DIRASAH : Jurnal Study Ilmu Dan Manajemen Pendidikan Islam*, 6(2), 1–6.
<https://ejournal.iaifa.ac.id/index.php/dirasah>
- Cholivah, W., & Hidayati, D. (2025). *Peran Komunitas Belajar Untuk Meningkatkan Mutu Pembelajaran Di SMP Muhammadiyah 2 Yogyakarta*. 16(1), 84–93.
- Citriadin, Y. (2020). *Teknik analisis data penelitian kualitatif dan penelitian kuantitatif dalam metodologi penelitian pendekatan multidisipliner* (pp. 201–218).
- Damayanti, R. (2023). *Strategi School Branding dalam Meningkatkan Daya Tarik Calon Peserta Didik Baru di Sekolah Dasar Al-Baitul Amien 01 Full Day School Jember*.
- Figures, I. N. (2020). *Kota*.
- Halim, A. S. (2023). *Strategi Branding SD Muhammadiyah Kangean Dalam Meningkatkan Kepercayaan Masyarakat*. 1(2), 21–34.
- Haque-fawzi, M. G., Iskandar, ahmad syarief, Erlangga, H., Nurjaya, Sumarsi, D., & I. (2022). STRATEGI PEMASARAN Konsep, Teori dan Implementasi. In *Pascal Books*. <http://repository.ibs.ac.id/id/eprint/4973>
- Hidayati, Q., & Adawiyah, S. (2024). Strategi Public Relations dalam Pengembangan Brand Image di SD NAIS Bekasi. *MUKASI: Jurnal Ilmu Komunikasi*, 3(1), 58–68. <https://doi.org/10.54259/mukasi.v3i1.2400>
- Jamaluddin, M. B. (2020). “Strategi *Branding* Di Sekolah Dasar Islam Plus Masyitoh (Yayasan Miftahul Huda) Kroya Cilacap.” IAIN Purwokerto. *Skripsi*.
- Karsono, K., Purwanto, P., & Al, E. (2021). Strategi *Branding* Dalam Meningkatkan Kepercayaan Masyarakat Terhadap Madrasah Tsanawiyah Negeri. *Jurnal Ilmiah Ekonomi Islam*, 7(2), 869–880.
<https://doi.org/10.29040/jiei.v7i2.2649>
- Muhammad Rifa’i. (2018). Manajemen Peserta Didik. In *CV. Widya Puspita*

(Vol. 53, Issue 9).

- Nasir, et, A. (2023). *STRATEGI BRANDING LEMBAGA PENDIDIKAN SDIT INSAN MULIA KEDIRI LOMBOK BARAT DALAM MENARIK MINAT MASYARAKAT* (Vol. 9).
- Nunun, K. (2023). *IMPLEMENTASI STRATEGI MEMBANGUN BRANDING SEKOLAH DALAM RANGKA MENINGKATKAN TRUST DI SMP N 2 PRAMBANAN*. 0–49.
- Rahmawati, A. (2022). Strategi Peningkatan Minat Masyarakat Dalam Pendidikan di Pondok Pesantren Madinatunnajah Jombang Ciputat. *Repository.Uinjkt.Ac.Id*.
<https://repository.uinjkt.ac.id/dspace/handle/123456789/62886>
[https://repository.uinjkt.ac.id/dspace/bitstream/123456789/62886/1/11170182000020-Anggi Rahmawati %20WATERMARK%29.pdf](https://repository.uinjkt.ac.id/dspace/bitstream/123456789/62886/1/11170182000020-Anggi%20Rahmawati%20WATERMARK%29.pdf)
- Sa'adah, A. (2018). STRATEGI PEMASARAN MADRASAH DALAM MENINGKATKAN MINAT MASYARAKAT UNTUK MENYEKOLAHKAN ANAKNYA DI MADRASAH IBTIDAIYAH SULTAN AGUNG DEPOK SLEMAN YOGYAKARTA. *Analytical Biochemistry*, 11(1), 1–5. <http://link.springer.com/10.1007/978-3-319-59379-1>
<http://dx.doi.org/10.1016/B978-0-12-420070-8.00002-7>
<http://dx.doi.org/10.1016/j.ab.2015.03.024>
<https://doi.org/10.1080/007352689.2018.1441103>
<http://www.chile.bmw-motorrad.cl/sync/showroom/lam/es/>
- Sari, R. (2025). Membangun *Branding* Sekolah Islam: Studi Komunikasi Strategis dalam Manajemen Pendidikan Islam. *Kordinat: Jurnal Komunikasi Antar Perguruan Tinggi Agama Islam*, 24(1), 1–13.
<https://doi.org/10.15408/kordinat.v24i1.46313>
- Setyaningsih, D. L. (2020). Strategi Humas Dalam Menciptakan School *Branding* (Penelitian Kualitatif Di Sekolah Dasar Muhammadiyah Terpadu (SDMT) Ponorogo). *Skripsi IAIN Ponorogo, April*, 3–4.
- Sonia Azizah, I., AM, M., & Sholihah, N. (2022). Strategi Kepala Madrasah melalui *Branding* Sekolah dengan Program Riset di Madrasah Aliyah Negeri Sidoarjo. *Jurnal Kependidikan Islam*, 12(1), 91–99.
<https://doi.org/10.15642/jkpi.2022.12.1.91-99>
- Sulila, H., Badu, S. Q., Djafri, N., & Nina Lamatenggo. (2023). *Pendidikan dan Pelatihan Kompetensi Manajerial guru*.
- Suryam Dora, D. (2017). Strategi Humas Dalam Menciptakan School *Branding* (Penelitian Kualitatif Di Sekolah Dasar Muhammadiyah Terpadu (SDMT) Ponorogo). *STUDIES ON VARIATION IN MILK PRODUCTION AND IT'S CONSTITUENTS DURING DIFFERENT SEASON, STAGE OF LACTATION AND PARITY IN GIR COWS* M.V.Sc D SURYAM DORA

LIVESTOCK, 6–18.

- Susilo, M. J. (2022). Strategi *Branding* Sekolah Dalam Meningkatkan Animo Siswa dan Awareness Masyarakat. *Urnal Pendidikan Dompot Dhuafa*, 12, 1–6.
- Syafrinal, S., Alwizar, A., & Anwar, K. (2023). Efektivitas Pembelajaran Al-Qur'an dalam Membentuk Karakter Siswa di Madrasah Ibtidaiyah Daarul Ishlah Kota Batam. *Jurnal An-Nur*, 12(1), 1. <https://doi.org/10.24014/an-nur.v12i1.24591>
- Tias Putri Utaminingsih. (2020). Strategi *Branding* Sekolah Menengah Kejuruan Smk It Smart Informatika Dan Smk Muhammadiyah 4. *Tesis*, 2.
- Ummah, M. S. (2019). Manajemen Berbasis Sekolah. In *Sustainability (Switzerland)* (Vol. 11, Issue 1). http://scioteca.caf.com/bitstream/handle/123456789/1091/RED2017-Eng-8ene.pdf?sequence=12&isAllowed=y%0Ahttp://dx.doi.org/10.1016/j.regsciurbeco.2008.06.005%0Ahttps://www.researchgate.net/publication/305320484_SISTEM_PEMBETUNGAN_TERPUSAT_STRATEGI_MELESTARI
- Wahyunto, M., Hidayati, D., & Sukirman, S. (2024). Strategi *branding* Sekolah di era digital dalam meningkatkan animo masyarakat melalui pemanfaatan digital marketing. *Academy of Education Journal*, 15(2), 1260–1271. <https://doi.org/10.47200/aoej.v15i2.2419>