

DAFTAR PUSTAKA

- Aaker, D. A. (1991). Managing brand equity: Capitalizing on the value of a brand name. Free Press.
- Aaker, D. A. (1996). Building strong brands. Free Press.
- Abdul Mujib. (2006). Psikologi Islam. Pustaka Setia.
- Abu Ahmadi. (1990). Psikologi anak sekolah dasar. Rineka Cipta.
- Aly, H. N. (1999). Filsafat pendidikan Islam: Suatu pengantar. Logos Wacana Ilmu.
- Amalina, Z. (2023). Strategi membangun brand image dalam meningkatkan daya saing lembaga pendidikan di SMA Negeri 1 Jetis Ponorogo [Tesis]. IAIN Ponorogo.
- Arroisi, J. (2023). Konsep bahagia perspektif Martin Seligman dan al-Ghazali dalam pendidikan karakter. Jurnal Risalah, 5(2), 120–135. https://jurnal.faiunwir.ac.id/index.php/Jurnal_Risalah/article/view/434
- Atmodiwiro, S. (2000). Manajemen pendidikan Indonesia. Ardadizya Jaya.
- Aufani, N. A., Muhairira, N., Minnah, A. T., Firzan, D., Fatiq, N., & Susilawati, S. (2025). Branding management: Membentuk talenta unggul melalui kesiswaan Madrasah Ibtidaiyah. Jurnal Ilmiah Ar-Risalah: Media Keislaman, Pendidikan dan Hukum Islam, 23(1).
- Azizah, Y. (2023). Strategi branding sekolah dalam meningkatkan awareness masyarakat. Dirasah: Jurnal Pendidikan Islam, 5(2), 45–60. <https://ejournal.iaifa.ac.id/index.php/dirasah/article/view/899>
- Butler, J., & Kern, M. L. (2016). The PERMA-Profler: A brief multidimensional measure of flourishing. International Journal of Wellbeing, 6(3), 1–48.
- Chairuddin, M., & Yusroni, M. (2024). Implementasi kegiatan ekstrakurikuler keagamaan di MI Islamiyah Banat Jatisari Senori Tuban. Madrasah Ibtidaiyah Education Journal, 2(1), 42–52. <https://doi.org/10.63321/miej.v2i1.42>

- Creswell, J. W., & Poth, C. N. (2018). *Qualitative inquiry and research design: Choosing among five approaches* (4th ed.). SAGE Publications.
- 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 tahun pelajaran 2022/2023* [Tesis]. UIN Kiai Haji Achmad Siddiq Jember.
- Denzin, N. K., & Lincoln, Y. S. (Eds.). (2009). *The SAGE handbook of qualitative research* (4th ed.). SAGE Publications.
- Dewey, J. (1938). *Experience and education*. Kappa Delta Pi.
- Edwards III, G. C. (1980). *Implementing public policy*. Congressional Quarterly Press.
- Fitriani, S., & Sari, D. (2023). Implementasi teori hierarki kebutuhan Maslow dalam meningkatkan motivasi belajar siswa. *Jurnal Pendidikan Dasar Nusantara*, 19(2), 456–470.
- Hidayat, R. (2023). Efforts to improve student learning outcomes through extracurricular and facilities. *IJESH*. <https://journal.mgedukasia.or.id/index.php/ijesh/article/download/482/338/1290>
- Hoy, W. K., & Miskel, C. G. (2008). *Educational administration: Theory, research, and practice* (8th ed.). McGraw-Hill.
- Juhairin, H. K., & Wahab, W. (2019). Strategi membangun citra sekolah melalui program ekstrakurikuler. *Tawazun: Jurnal Pendidikan Islam*, 12(2), 234–249. <https://doi.org/10.32832/tawazun.v12i2.2056>
- Keller, K. L. (1993). Conceptualizing, measuring, and managing customer-based brand equity. *Journal of Marketing*, 57(1), 1–22. <https://doi.org/10.1177/002224299305700101>
- Keller, K. L. (2008). *Strategic brand management: Building, measuring, and managing brand equity* (3rd ed.). Prentice Hall.

- Kementerian Pendidikan dan Kebudayaan. (2014). Peraturan Menteri Pendidikan dan Kebudayaan Republik Indonesia Nomor 62 Tahun 2014 tentang Kegiatan Ekstrakurikuler pada Satuan Pendidikan. Kemendikbud RI.
- Kementerian Pendidikan dan Kebudayaan. (2019). Peraturan Menteri Pendidikan dan Kebudayaan Republik Indonesia Nomor 44 Tahun 2019 tentang Penerimaan Peserta Didik Baru pada Satuan Pendidikan. Kemendikbud RI.
- Kementerian Pendidikan dan Kebudayaan. (2021). Peraturan Menteri Pendidikan dan Kebudayaan Nomor 1 Tahun 2021 tentang Penerimaan Peserta Didik Baru pada Taman Kanak-Kanak, Sekolah Dasar, Sekolah Menengah Pertama, Sekolah Menengah Atas, dan Sekolah Menengah Kejuruan. Kemendikbud RI.
- Kementerian Pendidikan, Kebudayaan, Riset, dan Teknologi. (2022). Keputusan Menteri Pendidikan, Kebudayaan, Riset, dan Teknologi Nomor 242/P/2022 tentang Petunjuk Teknis Pengembangan Model Kurikulum pada Satuan Pendidikan dalam Rangka Penyempurnaan Kurikulum dalam Kerangka Kurikulum Merdeka. Kemendikbudristek RI. <https://kurikulum.kemdikbud.go.id/kurikulum-merdeka/>
- Kementerian Pendidikan, Kebudayaan, Riset, dan Teknologi. (2024). Peraturan Menteri Pendidikan, Kebudayaan, Riset, dan Teknologi Republik Indonesia Nomor 12 Tahun 2024 tentang Penyempurnaan Kurikulum pada Pendidikan Anak Usia Dini, Jenjang Pendidikan Dasar, dan Jenjang Pendidikan Menengah. Kemendikbudristek RI. https://kurikulum.kemdikbud.go.id/file/1717110168_manage_file.pdf
- Kementerian Pendidikan Dasar dan Menengah. (2025a). Peraturan Menteri Pendidikan Dasar dan Menengah Republik Indonesia Nomor 3 Tahun 2025 tentang Sistem Penerimaan Murid Baru pada Satuan Pendidikan Menengah Pertama. Kemendikdasmen RI. <https://jdih.kemdikbud.go.id>
- Kementerian Pendidikan Dasar dan Menengah. (2025b). Peraturan Menteri Pendidikan Dasar dan Menengah Republik Indonesia Nomor 13 Tahun 2025 tentang Penyelenggaraan Kegiatan Ekstrakurikuler pada Satuan

Pendidikan Dasar dan Menengah. Kemendikdasmen RI.
<https://jdih.kemdikbud.go.id>

Khasanah, S., Wulandari, A., Salim, N., Amalia, K., & Khamidi, A. (2025). Pengelolaan ekstrakurikuler kewirausahaan tingkatan prestasi non-akademik siswa dan branding sekolah. *Jurnal Ilmiah Ilmu Pendidikan*, 8(2), 2226–2231. <http://jiip.stkipyapisdompnu.ac.id>

Kotler, P., & Keller, K. L. (2009). *Marketing management* (13th ed.). Pearson.

Kotler, P., Keller, K. L., Brady, M., Goodman, M., & Hansen, T. (2019). *Marketing management* (4th ed.). Pearson Education.

Kristi, Y. I. (2025). Strategi school branding dalam meningkatkan jumlah calon peserta didik baru di Sekolah Dasar Al-Baitul Amien Full Day School Jember [Tesis]. Universitas Islam Negeri Kiai Haji Achmad Siddiq Jember.

Lincoln, Y. S., & Guba, E. G. (1985). *Naturalistic inquiry*. SAGE Publications.

Lutan, M. (1986). Pendidikan jasmani dan olahraga ekstrakurikuler. Direktorat Pendidikan Menengah Kejuruan.

Manggopa, S., Sumenda, C., Kainde Anita, L. L., & Mandagi, D. W. (2023). Efektivitas sosial media marketing dalam membangun brand institusi pendidikan: Perspektif generasi Z. *EDUKASIA: Jurnal Pendidikan dan Pembelajaran*, 4(2), 2517–2526.

Marmoah, S., Indrastoeti Siti Poerwanti, J., & Istiati, S. (2025). Optimalisasi sumber daya sekolah untuk penguatan ekstrakurikuler yang kreatif dan inspiratif bagi siswa sekolah dasar. *DEDIKASI: Community Service Reports*, 2. <https://jurnal.uns.ac.id/dedikasi>

Martono, R., Haryati, T., & Wuryandini, E. (2025). Strategi branding sekolah melalui kelas khusus olahraga dan kewirausahaan: Mewujudkan kepuasan pelanggan pendidikan di SMA Negeri 3 Rembang. *Indonesian Research Journal on Education*, 5.

Maslow, A. H. (1943). A theory of human motivation. *Psychological Review*, 50(4), 370–396. <https://doi.org/10.1037/h0054346>

- Maulana, A. I. (2025). Strategi school branding dalam meningkatkan daya tarik calon peserta didik baru di Madrasah Ibtidaiyah Raja Unggulan Jenggawah [Tesis]. UIN Maulana Malik Ibrahim Malang.
- Mazmanian, D. A., & Sabatier, P. A. (1983). *Implementation and public policy*. Scott, Foresman.
- Miles, M. B., Huberman, A. M., & Saldaña, J. (2014). *Qualitative data analysis: A methods sourcebook* (3rd ed.). SAGE Publications.
- Nashih Ulwan, A. (1999). Pendidikan anak dalam Islam (M. Rahardjo, Penerjemah). Gema Insani. (Asli diterbitkan 1980).
- Neuman, W. L. (2016). *Social research methods: Qualitative and quantitative approaches* (7th ed.). Pearson.
- Ningsih, P. L. A. (2024). Strategi branding program ekstrakurikuler Paskibra dengan analisis SWOT di Madrasah Aliyah Negeri 2 Jember [Tesis].
- Nizar, S. (2010). *Manajemen pendidikan Islam*. Kencana.
- Novita, P. D. (2024). Public relations strategy in creating school branding through social media. *Studia Manageria*, 6(2), 127–140. <https://doi.org/10.19109/studiamanageria.v6i2.25390>
- Nugroho, A., & Sari, D. P. (2024). Strategi school branding dalam penerimaan siswa baru di SMA Muhammadiyah 2 Palangka Raya. *Jurnal CEKI (Community Engagement and Knowledge Integration)*, 5(1), 45–62.
- Nugroho, R. (2017). *Public policy: Analisis kebijakan publik*. Elex Media Komputindo.
- Oktaviani, F. F., & Sutarsih, C. (2024). Strategi school branding di sekolah menengah atas. *Edukatif: Jurnal Ilmu Pendidikan*, 6(3), 3334–3344.
- Parsons, T. (1951). *The social system*. Free Press.
- Patton, M. Q. (2002). *Qualitative research & evaluation methods* (3rd ed.). SAGE Publications.

- Piaget, J. (1976). Piaget's theory. Dalam *The child's conception of movement and speed* (hal. 20). Routledge & Kegan Paul.
- Pratiwi, N., Fitri, V., Padliyan, R., & Rifki, A. (2024). Faktor-faktor yang mempengaruhi keberhasilan branding sekolah dalam meningkatkan minat pendaftaran siswa: Studi kasus di SMA Negeri 6 Kota Jambi. *Journal of Economic Education*, 3(2), 37–42. <https://doi.org/10.22437/jeec.v3i2.39145>
- Pressman, J. L., & Wildavsky, A. (1973). *Implementation: How great expectations in Washington are dashed in Oakland*. University of California Press.
- Putra, M. Y., Zakiah, & Fatimah. (2025). Evaluasi strategi promosi pendaftaran sekolah bagi calon siswa baru. *Jurnal Pendidikan dan Manajemen*, 12(1). <https://journalcenter.org/index.php/jupsim/article/download/4330/3402>
- Rahmadania, A., & Aly, H. N. (2023). Implementasi teori hierarki kebutuhan Maslow dalam meningkatkan motivasi belajar di Yayasan Cahaya Generasi Islam Kota Bengkulu. *Jurnal Pendidikan dan Konseling*, 5(4), 261–272. <https://doi.org/10.31004/jpdk.v5i4.17456>
- Saputra, R. (2025). Pengaruh ekstrakurikuler terhadap brand image madrasah di MA Alkhairaat Pusat Palu [Skripsi]. Universitas Islam Negeri Datokarama Palu.
- Saputri, S. A. S. (2023). Strategi digital marketing dalam meningkatkan school branding di SMA Yadika 6 Pondok Aren [Skripsi, UIN Syarif Hidayatullah Jakarta]. Repository UIN Jakarta. <https://repository.uinjkt.ac.id>
- Seligman, M. E. P. (2011). *Flourish: A visionary new understanding of happiness and well-being*. Free Press.
- Seligman, M. E. P., & Csikszentmihalyi, M. (2000). Positive psychology: An introduction. *American Psychologist*, 55(1), 5–14.
- Sholihah, T. (2018). Strategi manajemen humas dalam menciptakan school branding pada sekolah Islam terpadu. *J-MPI: Jurnal Manajemen Pendidikan Islam*, 3(2), 72–84. <https://doi.org/10.18860/jmpi.v3i2.6455>

- Sugiyono. (2017). Metode penelitian kuantitatif, kualitatif, dan R&D (Edisi ke-25). Alfabeta.
- Suharto, T. (2006). Filsafat pendidikan. Pustaka Pelajar.
- Suryosubroto. (1997). Kurikulum teori & pengembangan. Rineka Cipta.
- Susilo, M. J. (2022). Strategi branding sekolah dalam meningkatkan animo siswa dan awareness masyarakat. *Jurnal Manajemen Pendidikan*, 12(1). <https://doi.org/10.31004/innovative.v4i6.16044>
- Usman, H. S., & Setyowati, R. (1993). Manajemen kegiatan ekstrakurikuler sekolah. Remaja.
- Van Meter, D. S., & Van Horn, C. E. (1975). The policy implementation process: A conceptual framework. *Administration & Society*, 6(4), 445–488. <https://doi.org/10.1177/009539977500600404>
- Violetasari, A. M., & Rohmadi, S. H. (2024). Manajemen strategi humas dalam menciptakan school branding melalui ekstrakurikuler. *INNOVATIVE: Journal of Social Science Research*, 4(6), 8887–8901. <https://doi.org/10.31004/innovative.v4i6.16044>
- Vygotsky, L. S. (1978). *Mind in society: The development of higher psychological processes*. Harvard University Press.
- Wahab, S. A. (2005). Pengantar analisis kebijakan publik. Bumi Aksara.
- Wahyunto, M., Hidayati, D., & Sukirman, S. (2024). Strategi branding sekolah di era digital dalam meningkatkan animo masyarakat melalui pemanfaatan digital marketing. *Jurnal Ilmiah Pendidikan dan Pembelajaran*, 15(2), 1260–1271.
- Winata, C., & Fadhli, M. (2024). Peran kepala sekolah dalam mengoptimalkan branding sekolah melalui ekstrakurikuler pada SMKN 3 Medan [Jurnal]. Universitas Negeri Medan.