

DAFTAR PUSTAKA

- Afkaaruna Islamic School. (2021). *Afkaaruna Islamic School*. <https://www.afkaaruna.sch.id/>
- Agustinova, D. E. (2015). *Memahami Metode Penelitian Kualitatif*. Calpulis.
- Ahmad, M. Y., Tambak, S., & Ruskarini, R. (2018). Penanaman Nilai-nilai Pendidikan Akidah melalui Mata Pelajaran Sejarah Kebudayaan Islam (SKI) [Instilling the Values of Islamic Education through Islamic Cultural History Subjects (SKI)]. *Jurnal Al-Hikmah*, 15(1), 22–38. <https://journal.uir.ac.id/index.php/alhikmah/article/view/1581>
- Aji, F. H., & Samuel, H. (2015). Analisa Pengaruh *Brand Identity* Terhadap *Brand Awareness* dan *Brand Satisfaction* Brotherwood Decoration Surabaya. *Strategi Pemasaran*, 3, 1–10. <https://publication.petra.ac.id/index.php/manajemen-pemasaran/article/view/3646>
- Aldiandie, A. J. (2021). *Strategi SMK Raden Umar Said dalam Membangun Branding Sekolah Animasi Di Kudus* [Universitas Muhammadiyah Yogyakarta]. <https://etd.umy.ac.id/id/eprint/2584>
- Anam, Y. C. (2022). Pelaksanaan Pendidikan Karakter Pelajar Pancasila pada Kelas V SDN 2 Nogosari Pacitan. In *UMM E-prints* (Vol. 1).
- Bambini School. (2014). *Jogjakarta Montessori School*. <https://bambini.sch.id/about-jms>
- Cholil, A. M. (2018). *101 Branding Ideas*. Quadrant.
- Chrismardani, Y. (2014). Komunikasi Pemasaran Terpadu: Implementasi Untuk UMKM. *Jurnal NeO-Bis*, 8(2), 176–189. <https://doi.org/10.37726/ee.v4i1.101>
- Diniarum, F. N. A. (2019). Strategi *Branding* PT. Berkah Catering Nusantara di Sidoarjo. In *Society* (Vol. 2, Issue 1). <https://docplayer.info/137963004-Strategi-branding-pt-berkah-catering-nusantara-di-sidoarjo-skripsi-diajukan-kepada.html>
- F. Tjiptono. (2008). *Strategi Pemasaran Edisi III*. ANDI Yogyakarta.
- Gelder, S. Van. (2003). *Global Brand Strategy: Unlocking Branding Potential Across Countries, Cultures, and Markets*. Kogan Page.
- Hermawati. (2017). *Strategi Manajemen Humas dalam Membangun Citra Madrasah di Madrasah Tsanawiyah Negeri Lubuk Pakam Kab. Deli Serdang*. 1–14.
- Istri, A. A., Dwijayanti, P., Agung, G., Suryawati, A., Nyoman, N., & Pascarani, D. (2017). *Strategi Brand Communication PT. Puncak Keemasan Dunamis Indonesia dalam Membangun Awareness terhadap Produk Animasi Beakbug*.

- Kementerian Pendidikan Kebudayaan Riset dan Teknologi. (2022). *Data Pokok Pendidikan SDIT Alam Nurul Islam*.
<https://dapo.kemdikbud.go.id/sekolah/ACD425D7801B9E071340>
- Kotler, P., & Amstrong, G. (1997). *Dasar-Dasar Pemasaran Jilid 2* (B. Molan (ed.)). Prenhallindo.
- Kotler, P., & Amstrong, G. (2008). *Prinsip-Prinsip Pemasaran Jilid 1* (A. Maulana, D. Barnadi, & W. Hardani (eds.)). Erlangga.
- Krisnawan, D. Y. (2020). *Analisis Pengaruh Strategi Branding Terhadap Loyalitas Konsumen (Studi pada Konsumen Klinik Kopi di Yogyakarta)*.
- Lubis, A. (2018). Islamic School Integrated In Islamic Education History In Indonesia. *Jurnal Penelitian Sejarah Dan Budaya*, 4(2), 1077–1095.
<https://media.neliti.com/media/publications/317162-sekolah-islam-terpadu-dalam-sejarah-pend-1b908706.pdf>
- Masterman, G., & Wood, E. H. (2005). *Innovative Marketing Communications*. Elsevier Butterworth-Heinemann.
- Minsih, M., Rusnilawati, R., & Mujahid, I. (2019). Kepemimpinan Kepala Sekolah Dalam Membangun Sekolah Berkualitas Di Sekolah Dasar. *Profesi Pendidikan Dasar*, 1(1), 29–40. <https://doi.org/10.23917/ppd.v1i1.8467>
- Ningrum, Ifa Khoiria; Purnama, Y. I. (2019). SEKOLAH ALAM. In *Sekolah Alam*. Kun Fayakun Corp.
- Pemerintah Pusat. (2016). Undang-undang (UU) tentang Merek dan Indikasi Geografis. *JDIH BPK RI*, 1, 1–51.
<https://peraturan.bpk.go.id/Home/Details/37595/uu-no-20-tahun-2016>
- Prayudi. (2016). *Strategic Public relations*. Komunikasi UPN Press.
- SDIT Alam Nurul Islam. (n.d.). *SDIT Alam Nurul Islam*. Retrieved February 14, 2023, from <http://www.sekolahalamjogja.com/>
- SDIT Alam Nurul Islam. (2017). *Buku Panduan Kesiswaan SDIT Alam Nurul Islam*.
- SDIT Alam Nurul Islam. (2022). *Buku Kurikulum SDIT Alam Nurul Islam Tahun Ajaran 2022/2023*.
- SDIT Alam Nurul Islam. (n.d.). *SDIT Alam Nurul Islam*. Retrieved February 14, 2023, from <http://www.sekolahalamjogja.com/>
- Sekolah Alam Nurul Islam. (2014). *Latar Belakang*.
<http://www.sekolahalamjogja.com/p/latar-belakang.html>
- Sekolah BIAS. (n.d.). *SD BIAS Yogyakarta*. <https://sekolahbias.sch.id/sd/>
- Setiawan, D. (2021). Analisis Strategi Branding Desa Wisata Gunungsari Kecamatan Madiun Kabupaten Madiun dalam Mewujudkan Kampung Budaya Berbasis Budaya Jawa [Universitas Muhammadiyah Ponorogo].

In *Paper Knowledge . Toward a Media History of Documents* (Vol. 3, Issue April). <http://eprints.umpo.ac.id/8516/>

- Setiawati, S. D., Retnasari, M., & Diny Fitriawati. (2019). Strategi membangun *branding* bagi pelaku Usaha Mikro Kecil Menengah. *JURNAL ABDIMAS BSI Jurnal Pengabdian Kepada Masyarakat*, 2(1), 125–136.
- Susanto, R. D. (2020). Proses Personal Selling dalam Pemasaran KPR BCA. *LUGAS Jurnal Komunikasi*, 4(2), 86–95. <https://doi.org/10.31334/lugas.v4i2.1223>
- Syabania, R. (2022). *Analisis Corporate Branding Di Sekolah* [Universitas Islam Negeri Syarif Hidayatullah]. <https://repository.uinjkt.ac.id/dspace/handle/123456789/60792>
- Whaley, B. B., & Samter, W. (2007). Plans, Planning, and Communication Effectiveness. In Bryan B. Whaley and Wendy Samter (Ed.), *Explaining Communication: Contemporary Theories and Exemplars* (pp. 163–176). Lawrence Erlbaum.
- Wicaksono, M. A. (2022). *Strategi Komunikasi Pemasaran Valhalla Smoking Hut Dalam Meningkatkan Brand Awareness*. UPN Veteran Yogyakarta.
- Yayasan Nurul Islam. (2022). *Sekilas Tentang Yayasan Nurul Islam*. <https://nurul-islam.sch.id/>
- Yunaida, E. (2018). Pengaruh *Brand Image* (Citra Merek) terhadap Loyalitas Konsumen Produk Oli Pelumas Evalube di Kota Langsa. *Jurnal Manajemen Dan Keuangan*, 6(2), 798–807. <https://doi.org/10.33059/jmk.v6i2.685>
- Zulfikar, F. (2022). Sejumlah SD di Jogja Kekurangan Peserta Didik, Apa Penyebabnya? *Detik.Com*. <https://www.detik.com/edu/sekolah/d-6145652/sejumlah-sd-di-jogja-kekurangan-peserta-didik-apa-penyebabnya>