

DAFTAR PUSTAKA

- Aaeker, D. A. (2009). *Managing Brand Equity : Capitalizing on the value of a brand name*. THE FREE PRESS .
https://books.google.co.id/books?hl=id&lr=&id=r_TSY5sxnO8C&oi=fnd&pg=PT10&dq=brand+equity&ots=Ay1KfkzZW3&sig=FCUWhFm1Ry3fjrFCTVFXMBpOSo&redir_esc=y#v=onepage&q=brand%20equity&f=false
- Allysa, J. A. (2024). Pengaruh Electronic Word of Mouth dan Pemasaran Media Sosial TikTok terhadap Keputusan Pembelian Produk Kecantikan Somethinc. *Jurnal Institut Bisnis Dan Informatika Kwik Kian Gie*.
<http://eprints.kwikkiangie.ac.id/5304/3/pdf>
- Amoozad Mahdiraji, H., Abbasi Kamardi, A., Razavi Hajiagha, S. H., & Vrontis, D. (2024). Unveiling the controversies of brand identity management: A holistic framework for global B2B companies through a hybrid systematic literature review and interpretive structural modelling. *Industrial Marketing Management*, 121, 179–197.
<https://doi.org/10.1016/j.indmarman.2024.07.016>
- Belch, G. E., & Belch, M. A. (2018). *AN INTEGRATED MARKETING COMMUNICATIONS PERSPECTIVE* (11th ed., Vol. 11). McGraw Hill Education.
- Creswell, J. W. (2017). *Research Design Qualitative, Quantitative, and Mixed Methods Approaches* (3rd ed.). Sage publications.
- Damayanti, R., Rosmilawati, I., & Fauzi, A. (2024). *Strategi Pemasaran Pendidikan Dalam Menarik Minat Peserta Didik Baru di PKBM Windsor Jakarta Pusat*.
- Dwiyama, F. (2021). Pemasaran Pendidikan Menuju Era Revolusi Industri 5.0. *Jurnal Manajemen Pendidikan Islam*, 11(1). <https://jurnal.univpgri->
- Fauzan Pratama, M. (2025). STRATEGI BEEUTHREE DALAM MEMBANGUN BRAND AWARENESS MELALUI KONTEN EDUKASI DI INSTAGRAM @beeuthree BEEUTHREE'S STRATEGY IN BUILDING BRAND AWARENESS THROUGH EDUCATIONAL CONTENT ON INSTAGRAM @beeuthree. *Indonesian Journal of Digital Public Relations (IJDPR)*, 3(2).
<https://journals.telkomuniversity.ac.id/IJDPR>
- Firmansyah, A. M. (2019). *Pemasran Produk dan Merek (Planning & Strategy)* (Q. Media, Ed.; 1st ed.). CV. Penerbit Qiara Media.
- Harahap, N. (2020). *PENELITIAN KUALITATIF* (H. Sazali, Ed.; 1st ed.). Wal ashri Publishing.

<http://repository.uinsu.ac.id/9105/1/BUKU%20METODOLOGI%20PENELITIAN%20KUALITATIF%20DR.%20NURSAPIA%20HARAHAP,%20M.HUM.pdf>

- Hidayah, I. T. (2024). *STRATEGI SCHOOL BRANDING DALAM MENINGKATKAN ANIMO MASYARAKAT MENYEKOLAHKAN ANAK DI MA TSAMROTUL HUDA PULOKULON GROBOGAN*. Universitas Islam Sultan Agung .
- Junaidi, M., & Himmah. Asmi Faiqul. (2023). PENERAPAN STRATEGI ACADEMIC BRANDING DALAM MENINGKATKAN KREDIBILITAS MASYAKAT. *JURNAL PENDIDIKAN GURU MI*, 4(2), 115–128. <https://akselerasi.uinkhas.ac.id/index.php/aksel/article/view/769/81>
- Keller, K. L. (2013). *Strategic Brand Management Building, Measuring, and Managing Brand Equity Global Edition* (S. Wall, Ed.; 4th ed., Vol. 4). Pearson Education Limited.
- Kotler, P., & Keller, K. L. (2016). *A Framework for Marketing Management*.
- Kurniawan, K. J., Wahyudi, R., & Hellyana, C. A. (2023). PENGARUH BRAND AWARENESS DAN BRAND IMAGE TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN PRODUK MIXUE DI KOTA MALANG. *JURNAL RISET MANAJEMEN DAN EKONOMI (JRIME)*, 1(3), 54–72. <https://doi.org/10.54066/jrime-itb.v1i3.271>
- Lestari, A. D., Zulkarnain, W., Benty, D. D. N., & Timan, A. (2025). Optimalisasi School Branding Program Smanda Cup Sebagai Upaya Meningkatkan Animo Masyarakat dalam Menyekolahkan Anaknya di SMAN 2 Malang. *Proceedings Series of Educational Studies*, 0(0), 6–18. <https://conference.um.ac.id/index.php/pses/article/view/10159>
- Murdiyanto, E. (2020). *PENELITIAN KUALITATIF (Teori dan Aplikasi disertai contoh proposal)* (1st ed.). Lembaga Penelitian dan Pengabdian Pada Masyarakat UPN "Veteran" Yogyakarta Press.
- Nurazizah, S., Fauzi, A., & Supardi. (2023). STRATEGI PEMASARAN PENDIDIKAN DALAM MENINGKATKAN KEPUASAN PELANGGAN. *JKPI: Jurnal Konseling Pendidikan Islam*, 4. <https://jurnalalkhairat.org/ojs/index.php/jkpi/article/view/5/5>
- Pracipta, K. F. I. (2021). *FAKTOR-FAKTOR DETERMINASI KEPUTUSAN ORANG TUA MEMILIH SEKOLAH DASAR SWASTA UNTUK ANAK DI KOTA YOGYAKARTA DETERMINATION FACTORS FOR PARENTS' DECISION TO CHOOSE PRIVATE ELEMENTARY SCHOOL*. 10 (2).

- Prasetyo, D. B., & Febriani, S. N. (2020). *Strategi Branding: Teori dan Perspektif Komunikasi dalam Bisnis* (1st ed.). UB Press.
- Putri, D. E., Sudirman, A., Suganda, A. D., Kartika, R. D., Martini, E., Susilowati, H., Bambang, Trenggana, A. F. M., Zulfikar, R., Handayani, tati, Kusuma, G. P. E., Triwardhani, D., Rini. Neneng Kartika, Pertiwi. Widya Nur Bhakti, & Roslan, A. H. (2021). *BRAND MARKETING* (1st ed.). Penerbit Widina Bhakti Persada Bandung Grup CV. Widina Media Utama.
- Saputri, S. A. S., Kusumaningrum, H., & Munawwaroh, Z. (2023). Strategi Digital Marketing Dalam Meningkatkan School Branding. *Education Jurnal of Bhayangkara*, 3(1).
<https://ejurnal.ubharajaya.ac.id/index.php/EDUKARYA/article/view/1995/1539>
- Septiana, H. E., Prihatin, T., Hudallah, N., & Oktarina, N. (2022). Branding Strategy Analysis at Ngudi Waluyo University. *Ducational Management*, 11(2). <https://journal.unnes.ac.id/sju/eduman/article/view/65422>
- Setiawan, T. (2020). Kajian Penerapan Customer Based Brand Equity Strategy Dan Integrated Marketing Communication Pada Usaha Mikro, Kecil Dan Menengah. *Jurnal Ilmu Manajemen Dan Bisnis*, 11(2).
- Sitorus, S. A., Romli, N. A., Tingga, C. P., Sukanteri, N. P., Putri, S. E., Ghetta, A. P. K., Wardhana, A., Nugraha, K. S. W., Hendrayani, E., Susanto, P. C., Primasanti, Y., & Ulfah, M. (2022). *BRAND MARKETING THE ART OF BRANDING* (, Acai Sudirman, Ed.). CV MEDIA SAINS INDONESIA.
- Wahyuni, S. (2022). *METODOLOGI PENELITIAN KUALITATIF* (Y. Novita, Ed.). PT. GLOBAL EKSEKUTIF TEKNOLOGI.
https://www.researchgate.net/profile/Anita-Maharani/publication/359652702_Metodologi_Penelitian_Kualitatif/links/6246f08b21077329f2e8330b/Metodologi-Penelitian-Kualitatif.pdf
- Wakang, A. A. (2025, July 24). *Sekolah Jogja Darurat Murid, Pendidikan Indonesia Bobrok!* <https://mojok.co/liputan/ragam/sekolah-jogja-bobrok-kurang-murid/>
- Wardhana, A. (2024). *Brand Management in The Digital Era* (E. Pradana, Ed.; 1st ed., pp. 396–410). CV. EUREKA MEDIA AKSARA.
<https://www.researchgate.net/publication/383870020>