

DAFTAR RUJUKAN

- Ahn, Jaehyun, Junsik Hwang, Doyoung Kim, Hyukgeun Choi, and Shinjin Kang. "A Survey on Churn Analysis in Various Business Domains." *IEEE Access* 8 (2020): 220816–39. <https://doi.org/https://doi.org/10.1109/ACCESS.2020.3042657>.
- Ahmadi, Rusman. *Memahami Metode Penelitian Kualitatif*. Malang: Universitas Negeri Malang, 2005.
- Akrom, Nur Kholifah, and Chusnul Chotimah. "Perumusan Strategik Dalam Meningkatkan Mutu Pendidikan Di Madrasah Ibtidaiyah Negeri (MIN) 9 Blitar." *Andragogi: Jurnal Pendidikan Islam Dan Manajemen Pendidikan Islam* 5, no. 01 (2023): 39–50. <https://doi.org/https://doi.org/10.36671/andragogi.v5i01.451>.
- Amin, Widjaja Tunggal. *Customer Relationship Management: Konsep Dan Kasus*. Jakarta: Harvarindo, 2006.
- Amir, Faizal, and Parlindungan Nasution. "Revolusi Industri , Tren Pekerjaan Masa Depan , Dan Posisi Indonesia." *J-Naker Jurnal Ketenagakerjaan* 18, no. 2 (2023). <https://doi.org/10.47198/naker.v18i2.237>.
- Atika, Atika, and Imam Machali. "Segmentasi Dan Positioning Jasa Pendidikan Di MAN Yogyakarta III." *MANAGERIA: Jurnal Manajemen Pendidikan Islam* 1, no. 2 (2016): 153–68. <https://doi.org/https://doi.org/10.14421/manageria.2016.12-01>.
- At-Tirmidzi, Muhammad bin Isa. *Sunan At-Tirmidzi*. Beirut: Dar 'Ihya at-Tirats al-'Arabi, n.d.
- Auliya, Anisatul, and Yosephine Mariela. "Analisis Strategi Bauran Pemasaran Dalam Penyelenggaraan Cathay Pacific Travel Fair 2020." *Jurnal Pemasaran Kompetitif* 4, no. 3 (2021): 292.
- Ayesha, Ivonne, I Wayan Adi Pratama, Syahril Hasan, Amaliyah, Nur Ika Effendi, Tri Yusnanto, Ni Desak Made Santi Diwyarthi, et al. *Digital Marketing (Tinjauan Konseptual)*. Edited by Riyanto Wujarso. 1st ed. Padang: Get Press, 2022.

https://books.google.com/books?hl=id&lr=&id=cC93EAAAQBAJ&oi=fnd&pg=PP3&dq=pengertian+strategi+digital+marketing&ots=NVuVpqtYm6&sig=5KQeAkEBaUfF_PoFhKZQBp5C9BQ.

- Badi'ah, Siti, Luthfi Salim, and Muhammad Candra Syahputra. "Pesantren Dan Perubahan Sosial Pada Era Digital." *Analisis: Jurnal Studi Keislaman* 21, no. 2 (2021): 349–64. <https://doi.org/https://doi.org/10.24042/ajsk.v21i2.10244>.
- Bogdan, Robert, and Sari Knopp Biklen. *Qualitatif Research for Education: And Introduction to Theory and Methods*. Boston: Allyn & bacon Inc., 1982.
- Budi, Arief Aditia. "Menerapkan Customer Relationship Marketing (CRM) Agar Bungin. *Analisis Data Penelitian Kualitatif*. Jakarta: Grafindo Pustaka, 2008.
- UMKM Tetap Eksis." Kementerian Keuangan Republik Indonesia, 2023. <https://www.djkn.kemenkeu.go.id/kanwil-lampungbengkulu/baca-artikel/16479/>. html.
- Chaffey, Dave, and Fiona Ellis Chadwick. *Digital Marketing Strategy, Implementation, and Practice*. 7th ed. New York: Pearson Education Limited, 2019.
- Chakti, Andi Gunawan. *The Book of Digital Marketing: Buku Pemasaran Digital*. Edited by Sobirin. 1st ed. Celebes Media Perkasa, 2019. https://books.google.co.id/books?hl=id&lr=&id=OQzBDwAAQBAJ&oi=fnd&pg=PR1&dq=manfaat+digital+marketing+menurut+para+ahli&ots=wd8dEc3Wol&sig=lgnBhu3tVlfrZBL2WPRu1BgyqE&redir_esc=y#v=onepage&q&f=false.
- Detisha, Faradilla, Alin Muzakky, Nur Syaidah Khasanah, Rossa Nurmala Dewi, and Dian Pratiwi. "Penerapan Bauran Pemasaran Efektif Dalam Meningkatkan Daya Tarik Lembaga Pendidikan Islam Di Ponorogo." *Excelencia: Journal of Islamic Education & Management* 3, no. 01 (2023): 167–80. <https://doi.org/https://doi.org/10.21154/excelencia.v3i01.1973>.
- Deviacita, Qisty Amanda, and Susanti Kussusanti. "Strategi Komunikasi Persuasi Online Dalam Relationship Marketing." *Ekspresi Dan Persepsi : Jurnal Ilmu Komunikasi* 6, no. 2 (2023): 380–95. <https://doi.org/10.33822/jep.v6i2.4904>.
- Direktorat Pendidikan Diniyah dan Pondok Pesantren. "Sejarah Pondok Pesantren."

- Direktorat Pendidikan Diniyah dan Pondok Pesantren Direktorat Jenderal Pendidikan Islam Kementerian Agama RI., 2021. <https://ditpdpontren.kemenag.go.id/halaman/sejarah>.
- Erlangga, Rizky, and Amidi Amidi. "Hubungan Antara Segmentasi Demografis Dengan Keputusan Menggunakan Media Sosial." *Jurnal Ilmu Manajemen* 8, no. 2 (2019): 50–64. <https://doi.org/https://doi.org/10.32502/jimn.v8i2.1823>.
- Fatoni, Imam. "Optimalisasi Penerimaan Santri Baru Melalui Pengembangan Customer Relationship Management (CRM) Di Pondok Pesantren Hamalatul Quran Putri." *Hamalatul Qur'an: Jurnal Ilmu Ilmu Alqur'an* 2, no. 1 (2021): 19–29. <https://doi.org/https://doi.org/10.37985/hq.v2i1.18>.
- Ferdinand, Augusty. *Metode Penelitian Manajemen*. Semarang: Badan Penerbit Universitas Diponegoro, 2014.
- Fitri, Agus Zaenul. *Ssitem Penjaminan Mutu Pendidikan*. 1st ed. Malang: Madani, 2022.
- Fred N. Kelinger. *Asas-Asas Penelitian Behavioral*. Yogyakarta: Gadjah Mada University Press, 2006.
- Gasperz, Vincent. *Total Quality Management*. 4th ed. Jakarta: Gramedia Pustaka Utama, 2005.
- Halim, Fitria, Ardhariksi Zukhruf Kurniullah, Marisi Butarbutar Efendi, Andriasan Sudarso, Bonaraja Purba, Darwin Lie, Sisca Hengki Mangiring Parulian Simarmata, Lalu Adi Permadi, and Vina Novela. *Manajemen Pemasaran Jasa*. Edited by Ronal Watrianthos. *Manajemen Pemasaran Jasa*. 1st ed. Yayasan Kita Menulis, 2021.
- Hartati, Leny, Nurhayati Nurhayati, and Nandang Hidayat. "Manajemen Sumber Daya Manusia Dalam Meningkatkan Keunggulan Bersaing Pada Lembaga Pendidikan." *Journal of Education Research* 5, no. 2 (2024): 1980–87. <https://doi.org/https://doi.org/10.37985/jer.v5i2.1080>.
- Hartini, Acai Sudirman, and Aditya Wardhana. "Segmenting, Targeting, Dan Positioning," 1–196. Bandung: CV. Media Sains Indonesia, 2023.
- Hartini, Suci, Muhammad Iqbal Fasa, and Suharto. "Digital Marketing Dalam Perspektif Ekonomi Islam." *Jurnal Ekonomika Dan Bisnis Islam* 5, no. 1

(2022): 197–206. <https://doi.org/https://doi.org/10.26740/jekobi.v5n1.p197-206>.

Hasanah, Dian Uswatun, Ahmad Alfi, and Imam Mujahid. “Implementasi Strategi Pemasaran Lembaga Pendidikan Pondok Pesantren Al Muayyad Surakarta.” *Improvement: Jurnal Ilmiah Untuk Peningkatan Mutu Manajemen Pendidikan* 8, no. 2 (2021): 72–81. <https://doi.org/https://doi.org/10.21009/improvement.v8i2.21615>.

Heriyadi. “Strategi Positioning Dalam Persaingan Bisnis (Points of Difference Dan Points of Parity).” *Asian Journal of Innovation and Entrepreneurship (AJIE)* 3, no. 3 (2018): 261–71. <https://journal.uui.ac.id/ajie/article/view/10529>.

Hidayat, Hidayat, Hardianto Hardianto, Anggi Viona Lestari, Lusi Dwi Septiani, Novia Pratiwi, Reza Aria Sandi, and Sabella Nova Arumi. “Menciptakan Komunikasi Pendidikan Yang Efektif Di Sekolah.” *Jurnal Pendidikan Tambusai* 7, no. 3 (2023): 27280–89. <https://doi.org/https://doi.org/10.31004/jptam.v7i3.11041>.

Hidayati, Nurul. “Pemanfaatan Website Sekolah Sebagai Strategi Digital Marketing Di Madrasah Aliyah Unggulan Amanatul Ummah Surabaya.” *Jurnal Kependidikan Islam* 11, no. 1 (2021): 111–33. <https://doi.org/https://doi.org/10.15642/jkpi.2021.11.1.111-133>.

Humaidi, Anis. “Bargaining Pesantren Di Era Revolusi Industri 4.0.” In *Prosiding Nasional*, 2:255–68. Kediri: Pascasarjana IAIN Kediri, 2019. <http://prosiding.iainkediri.ac.id/index.php/pascasarjana/article/view/26>.

Ihyak, Muhammad. “Strategi Public Relations Melalui Whatsapp Guna Mempromosikan Pondok Pesantren Asy-Syafi Iyah Sukorejo Bangsalsari.” *Medio Jurnal Ilmu Komunikasi* 1, no. 2 (2023): 113–36. <https://doi.org/https://doi.org/10.56013/mji.v1i2.2387>.

Indriyanti, Ninuk, Siswandari, and Elvia Ivada. “Faktor-Faktor Yang Memengaruhi Minat Melanjutkan Pendidikan Ke Perguruan Tinggi Pada Siswa Kelas XII Akuntansi SMK Negeri 6 Surakarta Tahun 2013.” *Jupe UNS* 1, no. 2 (2013): 1–9. <https://media.neliti.com/media/publications/13560-ID-faktor-faktor-yang-memengaruhi-minat-melanjutkan-pendidikan-ke-perguruan-tinggi.pdf>.

- Irfani, Hadi, Fitri Yeni, and Rika Wahyuni. "Pemanfaatan Digital Marketing Sebagai Strategi Pemasaran Pada UKM Dalam Menghadapi Era Industri 4.0." *JCES (Journal of Character Education Society)* 3, no. 3 (2020): 651–59. <https://doi.org/https://doi.org/10.31764/jces.v3i1.2799>.
- Irwasyah, Irwasyah, and Muchamad Suradji. "Pelanggan Dan Karakteristiknya Dalam Pendidikan Islam." *TA'LIM : Jurnal Studi Pendidikan Islam* 4, no. 2 (2021): 170–88. <https://doi.org/10.52166/talim.v4i2.2589>.
- John W. Creswell. *Research Design: Pendekatan Kualitatif, Kuantitatif, Dan Mixed*. Yogyakarta: Pustaka Pelajar, 2014.
- Kasmir. *Customer Services Excellent: Teori Dan Praktik*. 1st ed. Jakarta: PT Raja Grafindo Persada, 2017.
- Kementerian Agama Republik Indonesia. "Statistik Pendidikan Diniyah Dan Pondok Pesantren." Kementerian Agama Republik Indonesia, 2023. <https://emis.kemenag.go.id/pontren/statistik/pontren?secure=pQ5q0ZPfi2uFz1onu8szJXVkrSSiVUTwXFkCWuok9c%3D>.
- Kementerian Komunikasi dan Informatika, and Katadata Insight Center. "Status Literasi Digital Di Indonesia 2022." Jakarta, 2022. <https://www.c2es.org/content/renewable-energy/>.
- Kingsnorth, Simon. *Digital Marketing Strategy: An Integrated Approach to Online Marketing*. 2nd ed. New York: Kogan Page, 2019.
- Komalasari, Dewi, Alshaf Pebrianggara, and Mas Oetarjo. *Buku Ajar Digital Marketing*. Edited by M. Tanzil Multazam and Mahardika Darmawan K.W. *Buku Ajar Digital Marketing*. 1st ed. Sidoarjo: UMSIDA, 2021. <https://doi.org/10.21070/2021/978-623-6081-38-9>.
- Kotler, P., and G. Armstrong. *Prinsip-Prinsip Pemasaran, Terj. Bob Sabran*. 12th ed. New Jersey: Pearson Education Limited, 2006.
- Kotler, Philip. *Marketing Management*. 11th ed. New Jersey: Pearson Prentice Hall, 2003.
- Kotler, Philip, and Gary Armstrong. *Prinsip-Prinsip Pemasaran Jilid 2, Terj. Bob Sabran*. 12th ed. New Jersey: Pearson Education, Inc, 2019.
- Kotler, Philip, and Kevin Lane Keller. *Manajemen Pemasaran, Terj. Bob Sabran*.

- 13th ed. Jakarta: Erlangga, 2009.
- Krisnaresanti, Aldila, Lina Rifda Naufalin, Adi Indrayanto, and Hendro Sukoco. “Pengaruh Manfaat Dan Kemudahan Penggunaan Media Digital Sebagai Alternatif Pemasaran Digital Terhadap Keberlangsungan Usaha.” *Jurnal Ilmiah Manajemen, Ekonomi, & Akuntansi (MEA)* 6, no. 3 (2022): 1063–73. <https://doi.org/https://doi.org/10.31955/mea.v6i3.2453>.
- Kuswara, Heri. “Santri Dan Kesenjangan Digital Tantangan Vs Peluang.” Pimpinan Pusat Persatuan Guru Nahdlatul Ulama, 2022. <https://pergunu.or.id/santri-dan-kesenjangan-digital-tantangan-vs-peluang/>.
- Labaso, Syahrial. “Penerapan Marketing Mix Sebagai Strategi Pemasaran Jasa Pendidikan Di MAN 1 Yogyakarta.” *MANAGERIA: Jurnal Manajemen Pendidikan Islam* 3, no. 2 (2018): 289–311. <https://doi.org/https://doi.org/10.14421/manageria.2018.32-05>.
- Lexy J. Moleong. *Metodologi Penelitian Kualitatif*. Bandung: PT Remaja Rosdakarya, 2018.
- Lipiäinen, Heini Sisko Maarit. “CRM in the Digital Age: Implementation of CRM in Three Contemporary B2B Firms.” *Journal of Systems and Information Technology* 17, no. 1 (2015): 2–19. <https://doi.org/https://doi.org/10.1108/JSIT-06-2014-0044>.
- Luis, Patricia Cindy Ung, Silvy Mandey, and Rotinsulu Jopie Jorie. “Analisis Pengaruh Strategi Segmentasi Pasar Terhadap Peningkatan Kinerja Penjualan Pada PT. Astragraphia TBK Cabang Manado.” *EMBA* 7, no. 2 (2019): 2581–90. <https://doi.org/https://doi.org/10.35794/emba.v7i2.23605>.
- Mabrur, Mabrur, and Moh Azwar Hairul. “Transformasi Dakwah Pesantren Di Era Digital; Membaca Peluang Dan Tantangan.” *An-Nida'* 46, no. 2 (2022): 231–50. <https://doi.org/http://dx.doi.org/10.24014/an-nida.v46i2.20864>.
- Machfoedz, Mahmud. *Pengantar Pemasaran Modern*. 1st ed. Yogyakarta: UPP AMP YKPN, 2005.
- Madani, Jalaluddin. “Strategi Pemasaran Jasa Pendidikan Dalam Memperkuat Posisi Bersaing (Studi Multikasus Pada Madrasah Tsanawiyah Negeri 1 Kota Malang Dan Pondok Pesantren Daarul Ukhuwwah Kabupaten Malang).” UIN

- Maulana Malik Ibrahim Malang, 2020. <http://etheses.uin-malang.ac.id/23547/>.
- Margareta, Ririn Tius Eka, Bambang Ismanto, and Bambang Suteng Sulasmono. "Strategi Pemasaran Sekolah Dalam Peningkatan Minat Peserta Didik Berdasarkan Delta Model." *Kelola: Jurnal Manajemen Pendidikan* 5, no. 1 (2018): 1–14. <https://doi.org/10.24246/j.jk.2018.v5.i1.p1-14>.
- Masing, Musa, and Rahma Widyana. "Marketing Mix Method Sebagai Strategi Pemasaran Pendidikan Di SMA Kristen Barana." *Jurnal Pendidikan Indonesia (Japendi)* 2, no. 3 (2021). <https://doi.org/https://doi.org/10.59141/japendi.v2i03.111>.
- Masyarakat, Direktorat Jenderal Pendidikan Anak Usia Dini dan Pendidikan. "Kemitraan Kursus Dan Pelatihan," 2018. https://repositori.kemdikbud.go.id/11663/1/Juknis_Kemitraan_2019.pdf.
- Media, Bachelors Digital. "Marketing in the 21st Century: How Does Digital Media Affect the Marketing Mix?" Maryville University, n.d. https://online-maryville-edu.translate.google.com/blog/how-does-digital-media-affect-the-marketing-mix/?_x_tr_sl=en&_x_tr_tl=id&_x_tr_hl=id&_x_tr_pto=tc.
- Miles, Matthew B., A. Michael Huberman, and Johnny Saldana. *Qualitative Data Analysis: A Methods Sourcebook*. 3rd ed. USA: SAGE Publications, Inc, 2014.
- Muhaimin, Ahmad. *Manajemen Pendidikan Karakter Santri Dalam Menjawab Tantangan Modernitas Zaman Di Era Globalisasi*. Tulungagung: UIN Tulungagung, 2020.
- Muharam, Rukmana. "Manajemen Pemasaran Untuk Meningkatkan Pondok Pesantren: Penelitian Di Pondok Pesantren Darussalam Kasomalang Subang." UIN Sunan Gunung Djati Bandung, 2019. <http://digilib.uinsgd.ac.id/29465/>.
- Muttaqien, Ade Zezen Mohammad Zaenal, and Ahmad Ripai. "Implementasi Pemasaran Digital Di Pondok Pesantren Al-Multazam Dalam Upaya Meningkatkan Minat Calon Peserta Didik." *JIEEM (Journal of Islamic Education Management)* 7, no. 2 (2023): 206–17. <https://doi.org/http://dx.doi.org/10.24235/jiem.v7i2.13678>.
- Mutohar, Prim Masrokan, and H. Masduki. *Visionary Leadership Strategi*

- Membangun Brand Image Dan Daya Saing Perguruan Tinggi*. Edited by Hikmah Eva Trisnantari. 1st ed. Malang: Deazha Prima Nusantara, 2023.
- Narsa, I Made. "What Is Strategy?" *Jurnal Pendidikan Akuntansi Indonesia* 6, no. 1 (2014): 25–38. <https://doi.org/10.21831/jpai.v6i1.1788>.
- Nasukah, Binti. "Strategi Pemasaran Jasa Pendidikan Dalam Memperkuat Posisi Bersaing (Studi Multikasus Pada Madrasah Tsanawiyah Negeri 1 Kota Malang Dan Pondok Pesantren Daarul Ukhuwwah Kabupaten Malang)." UIN Sayyid Ali Rahmatullah Tulungagung, 2022.
- Nukha, Muhammad Saifun. "Strategi Marketing Jasa Pendidikan Dalam Meningkatkan Minat Masyarakat Pada Lembaga Pendidikan Islam (Studi Multisitus Di SMP Islam Gandusari Trenggalek Dan SMP Islam Durenan Trenggalek)." UIN Sayyid Ali Rahmatullah Tulungagung, 2019.
- Nurmalasari, Neneng, and Imas Masitoh. "Manajemen Strategik Pemasaran Pendidikan Berbasis Media Sosial." *Journal Of Management Review* 4, no. 3 (2020): 543–48. <https://doi.org/http://dx.doi.org/10.25157/mr.v4i3.4524>.
- Nurmalina, Rita, Cicin Yulianti, Fitri, Anisa Dwi Utami, Ratna Mega Sari, Hepi Risenasari, Ratna Sogian Siwang, et al. *Pemasaran: Konsep Dan Aplikasi*. 2nd ed. Bogor: IPB Press, 2015. [https://repository.ipb.ac.id/jspui/bitstream/123456789/81341/2/Pemasaran Konsep dan Aplikasi.pdf](https://repository.ipb.ac.id/jspui/bitstream/123456789/81341/2/Pemasaran%20Konsep%20dan%20Aplikasi.pdf).
- Nuseir, Muhammed, and G El Refae. "The Effect of Digital Marketing Capabilities on Business Performance Enhancement: Mediating the Role of Customer Relationship Management (CRM)." *International Journal of Data and Network Science* 6, no. 2 (2022): 295–304. <https://doi.org/http://dx.doi.org/10.5267/j.ijdns.2022.1.008>.
- Onsardi, and Rola Dwita Fitri. "Dampak Relationship Marketing, Store Atmosphere Dan Lokasi Terhadap Minat Beli Pada Toko Moy Stuff." *Jurnal Manajemen Modal Insani Dan Bisnis (JMMIB)* 4, no. 1 (2023): 66–73. <https://doi.org/https://doi.org/10.61567/jmmib.v4i1.159>.
- Permana, Ade Indra. "Pengaruh Kualitas Website, Kualitas Pelayanan, Dan Kepercayaan Pelanggan Terhadap Minat Beli Pelanggan Di Situs Belanja

- Online Bukalapak.” *Ekonomi Bisnis* 25, no. 2 (2020): 94–109.
<https://doi.org/https://doi.org/10.33592/jeb.v25i2.422>.
- Porter, Michael E. *Competitive Strategy: Techniques for Analyzing Industries and Competitors*. New York: The Free Press, 1980.
- . “Strategy and The Internet.” *Harvard Business Review*, March 2001.
- . “What Is Strategy?” *Harvard Business Review*, 1996.
<https://hbr.org/1996/11/what-is-strategy>.
- Prasetyawan, Adi. “Strategi Bauran Pemasaran Perpustakaan Di Era Digital.” *BIBLIOTIKA : Jurnal Kajian Perpustakaan Dan Informasi* 3, no. 1 (2019): 8–14. <https://doi.org/10.17977/um008v3i12019p008>.
- Prastowo, Sugeng Prastowo, and Bagus Manunggal. “Manajemen Marketing Jasa Pendidikan Di Era Digital.” *Jurnal Manajemen Pendidikan* 13, no. 1 (2022): 45–57. <https://doi.org/10.21009/jmp.v13i1.28335>.
- Prihatin, Rani Putri, and Iqbal Faza Ahmad. “Strategi Pemasaran Jasa Pendidikan Dalam Upaya Meningkatkan Minat Siswa Baru Di Mtsn 5 Sleman Yogyakarta.” *Journal Evaluasi* 4, no. 2 (2020): 173. <https://doi.org/http://doi.org/10.32478/evaluasi.v4i2.381>.
- Purnomo, Andri Cahyo. “Manajemen Pemasaran Pendidikan Berbasis Strategi Penentuan Pasar Sasaran.” *Jurnal Sosial Humaniora Dan Pendidikan* 1, no. 2 (2022): 130–37. <https://doi.org/https://doi.org/10.55606/inovasi.v1i2.129>.
- Puspitasari, Nadia Sura, and Rini Safitri. “Peran Bauran Pemasaran Dan Digital Marketing Dalam Meningkatkan Minat Menabung Di Kspps Bmt Nu Jombang.” *Jurnal Tabarru’: Islamic Banking and Finance* 5, no. 2 (2022): 465–73. [https://doi.org/10.25299/jtb.2022.vol5\(2\).9579](https://doi.org/10.25299/jtb.2022.vol5(2).9579).
- Putri, Budi Rahayu Tanama. *Manajemen Pemasaran. Fakultas Peternakan*. Bali: Universitas Udayana, 2017.
<https://doi.org/10.1017/CBO9781107415324.004>.
- Rahayu Tri Astuti, Sri. “Analisis Pengaruh Kualitas Produk, Harga, Lokasi Dan Kualitas Pelayanan Terhadap Minat Beli Ulang Konsumen (Studi Pada Warung Makan ‘Bebek Gendut’ Semarang).” *Diponegoro Journal of Management* 2, no. 3 (2013): 1–11. <http://ejournal->

s1.undip.ac.id/index.php/djom.

- Ramada, Plano. "Social-Media-Marketing-Radar-Digital-Marketing." Plano Ramada, n.d. <https://planoramada.com/social-media-marketing-radar-digital-marketing/>.
- Ramadhan, Fikry Azis, Ana Fitriana Poerana, and Fardiah Oktariani Lubis. "Strategi Komunikasi Pemasaran Pondok Pesantren Di Kabupaten Karawang." *Communicology: Jurnal Ilmu Komunikasi* 11, no. 2 (2023): 306–24. <https://doi.org/https://doi.org/10.21009/COMM.1102.10>.
- Robert Bogdan dan Steven J. Taylor. *Introduction to Qualitative Research Methods*. USA: A Wiley Interscience Publication, 1949.
- SA, Nur Sabila. *Digital Marketing*. Semarang: STEKOM, 2019. https://www.researchgate.net/publication/340965828_DIGITAL_MARKETING_STEKOM.
- Sabila, Syifani Nata, and Abdul Kholiq. "Peran Bauran Pemasaran Dalam Meningkatkan Citra Lembaga Pendidikan Di Kabupaten Ponorogo." *Edumanagerial* 2, no. 1 (2023): 51–63. <https://ejournal.iainponorogo.ac.id/index.php/edumanagerial/article/view/2331>.
- Salim, Yusrah Ubaid, and Sri Widaningsih. "Analisis Minat Beli Konsumen Terhadap Program Kursus Bahasa Inggris Di Lembaga Kursus Bahasa Northern Light Education Center (Nlec) Bandung." *EProceedings of Applied Science* 3, no. 2 (2017): 521–27. <https://openlibrarypublications.telkomuniversity.ac.id/index.php/appliedscience/article/view/3856/3647>.
- Sallis, Edward. *Total Quality Management In Education*. 4th ed. Yogyakarta: Ircisod, 2006.
- Sangadji, Etta Mamang, and Sopiiah. *Perilaku Konsumen*. Edited by Nikoemus WK. 1st ed. Yogyakarta: ANDI, 2013.
- Sari, Yulia, and Nadia Wasta Utami. "Komunikasi Pemasaran Digital Sebagai Tantangan Teknologi." *Jurnal Mahasiswa Komunikasi Cantrik* 1, no. 1 (2021): 1–14. <https://doi.org/10.20885/cantrik.vol1.iss1.art1>.

- Sarifudin, Sarifudin, and Rahendra Maya. "Implementasi Manajemen Pemasaran Jasa Pendidikan Dalam Meningkatkan Kepuasan Pelanggan Di Madrasah Aliyah Terpadu (MAT) Darul Fallah Bogor." *Islamic Management: Jurnal Manajemen Pendidikan Islam* 2, no. 02 (2019): 133–51. <https://doi.org/http://dx.doi.org/10.30868/im.v2i02.513>.
- Sasongko, Agung. "Tantangan Dan Solusi Kaum Santri Dalam Menghadapi Era Digital." *Republika*, 2022. <https://khazanah.republika.co.id/berita/rk413w313/tantangan-dan-solusi-kaum-santri-dalam-menghadapi-era-digital>.
- Setiawan, Zunan, Arief Yanto Rukmana, Made Putri Ariasih, Tia Nurapriyanti, Dyah Ayu Suryaningrum, Nur Ambulani, Afrina Sari, et al. *Buku Ajar Digital Marketing*. Edited by Efitra and Sepriano. 1st ed. Jambi: PT. Sonpedia Publishing Indonesia, 2023. https://books.google.co.id/books?hl=id&lr=&id=HXDVEAAAQBAJ&oi=fnd&pg=PA2&dq=pengertian+media+digital+dan+bauran+pemasaran&ots=C MdoKBkev&sig=-3sriIhe5qyurbGMpX6jRB9ErJs&redir_esc=y#v=onepage&q=pengertian media digital dan bauran pemasaran&f=false.
- Shahbaznezhad, Hamidreza, Rebecca Dolan, and Mona Rashidirad. "The Role of Social Media Content Format and Platform in Users' Engagement Behavior." *Journal of Interactive Marketing* 53, no. 1 (February 1, 2021): 47–65. <https://doi.org/10.1016/j.intmar.2020.05.001>.
- Sharma, Hanuman. "Effectiveness of Online Marketing Tools: A Case Study." *Paradigm* 25, no. 1 (2021): 77–86. <https://doi.org/10.1177/09718907211003717>.
- Shidiq, Muhammad Ja'far, and Ai Ilah Warnilah. "Analisis Penerimaan Grup Whatsapp Sebagai Media Komunikasi Dan Diskusi Guru." *Jurnal Khatulistiwa Informatika* 4, no. 2 (2019): 490822. <https://doi.org/https://dx.doi.org/10.31294/ijcit.v4i2.5478>.
- Shiroth, Ahmad, and Diningrum Citraningsih. "Konsep Manajemen Pemasaran Dalam Peningkatan Citra Lembaga Pendidikan." *SALIHA: Jurnal Pendidikan*

- & *Agama Islam* 6, no. 1 (2023): 114–38.
<https://doi.org/https://doi.org/10.54396/saliha.v6i1.544>.
- Sianturi, Risbon, Yuna Aini Rahmah, and Nadya Vegaputri Handiani. “Strategi Pemasaran Sekolah Dalam Upaya Meningkatkan Minat Belajar Di TK Wijaya Kusuma.” *Jurnal Ilmiah Cahaya Paud* 5, no. 2 (2023): 76–83.
<https://doi.org/https://doi.org/10.33387/cahayapd.v5i2.6893>.
- Simanuhuruk, Peran, Zilfana, Antonius Prahendratno, Darwis Tamba, Roslinda Sagala, Roby Ahada, Mery Lani Br Purba, Rakhmat Hidayat, and Sitti Hartini Rachman. *Memahami Perilaku Konsumen: Strategi Pemasaran Yang Efektif Pada Era Digital*. PT. Sonpedia Publishing Indonesia, 2023.
https://books.google.co.id/books?id=eMm8EAAAQBAJ&dq=sikap+pelanggan+pendidikan+era+digital&lr=&hl=id&source=gbs_navlinks_s.
- Sokolova, N G, and O V Titova. “Digital Marketing As a Type: Concept, Tools and Effects.” *Advances in Economics, Business and Management Research* 81, no. Mtde (2019): 509–13. <https://doi.org/https://doi.org/10.2991/mtde-19.2019.101>.
- Sovia Pramudita, Aditia. “Pengaruh Insight Media Sosial Instagram Terhadap Penjualan Produk Online.” *JURISMA* 10, no. 1 (June 29, 2020): 2–14.
<https://doi.org/10.34010/JURISMA.V10I1.2264>.
- S.R, Abdul Aziz. *Memahami Fenomena Sosial Melalui Studi Kasus: Kumpulan Materi Pelatihan Metode Penelitian Kualitatif*. Surabaya: BMPTSI Wilayah VII Jatim, 1998.
- Sugiyono. *Metode Penelitian Pendidikan: Pendekatan Kuantitatif, Kualitatif, Dan R&D*. Bandung: Alfabeta, 2016.
- Suhairi, Suhairi, Mirza Mahendra Siregar, Laila Dwi Ningrum, Rismayanti Bintang, and Amaliyah Mutiara. “Strategi Segmentasi, Targeting, Dan Positioning Dalam Pasar Global: Pendekatan Untuk Keberhasilan Bisnis Internasional.” *Innovative: Journal Of Social Science Research* 3, no. 6 (2023): 5120–31.
<https://doi.org/https://doi.org/10.31004/innovative.v3i6.6606>.
- Supriadi, Yudi Nur, Faisal Marzuki, Nani Ariani, Anggi Angga Resti, Jenji Gunaedi

- Argo, Lina Aryani, Bernadin Dwi Mardiatmi, Ruth M. Bunga Wadu, Nurhafifah Matondang, and Pusporini. *Strategi Manajemen Pemasaran Di Era Digital*. Edited by Tati Handayani. 1st ed. Yogyakarta: Deepublish Publisher, 2022.
- Surahman, Deden Daud, and Rezki Nurma Fitria. “Strategi Branding Teknologi Digital Dalam Meningkatkan Jumlah Peserta Didik Di Madrasah Tsanawiyah Pesantren Al Amin Mojokerto.” *Bhinneka: Jurnal Bintang Pendidikan Dan Bahasa* 1, no. 4 (2023): 104–23. <https://doi.org/https://doi.org/10.59024/bhinneka.v1i4.374>.
- Suwandi, Eko Agus, Prim Masrokan Mutohar, and Agus Eko Suijianto. “Implementasi Customer Relationship Management (CRM) Dalam Meningkatkan Pelayanan Dan Loyalitas Pelanggan.” *JMPI: Jurnal Manajemen, Pendidikan Dan Pemikiran Islam* 1, no. 1 (2023): 13–26. <https://journal.as-salafiyah.id/index.php/jmpi/article/view/24>.
- Suyanto, Bagong dan Sutinah. *Metode Penelitian Sosial: Berbagai Alternatif Pendekatan*. Jakarta: Kencana Prenada Media Group, 2005.
- Syarifuddin, Syarifuddin, Silvya L Mandey, and Wilian J F A Tumbuan. “Sejarah Pemasaran Dan Strategi Bauran Pemasaran.” Yogyakarta: CV. ISTANA AGENCY, 2022.
- Tanzeh, Ahmad. *Metodologi Penelitian Praktis*. 1st ed. Yogyakarta: Teras, 2011.
- Tihalmah, and Chairi Agusna. “Pemasaran Jasa Pendidikan Dalam Peningkatan Pelanggan Di SMKN 1 Pasie Raya Aceh Jaya.” *Jurnal Intelektualita Prodi MPI FTK UIN Ar-Raniry* 10, no. 1 (2021): 55–74. <https://jurnal.ar-raniry.ac.id/index.php/intel/article/download/12630/6558>.
- Tjiptono, Fandy. *Pemasaran Jasa: Prinsip, Penerapan, Dan Penelitian*. 1st ed. Yogyakarta: ANDI, 2014.
- . *Strategi Pemasaran*. 4th ed. Yogyakarta: ANDI, 2015.
- Ubaedullah, Dudun. “Strategi Pemasaran Pesantren.” Jakarta, 2018. <https://darunnajah.com/strategi-pemasaran-pesantren/>.
- United Nations. “A Digital Future for All? The Impact of Digital Technologies.” UN75 2020 and beyond, 2020.

https://www.un.org/sites/un2.un.org/files/un75_new_technologies.pdf.

- Watajdid, Nurul Islah, Ari Lathifah, Dewi Syifa Andini, and Fitroh Fitroh. “Systematic Literature Review: Peran Media Sosial Instagram Terhadap Perkembangan Digital Marketing.” *Jurnal Sains Pemasaran Indonesia (Indonesian Journal of Marketing Science)* 20, no. 2 (2021): 163–79. <https://doi.org/10.14710/jspi.v20i2.163-179>.
- Widjaya, Pieter Gunawan. “Analisis Segmenting, Targeting, Positioning Dan Marketing Mix Pada PT. Murni Jaya.” *Agora* 5, no. 1 (2017). <https://publication.petra.ac.id/index.php/manajemen-bisnis/article/view/5307>.
- Yusrizal, M. “Strategi Pemasaran Jasa Pendidikan Dalam Meningkatkan Minat Masyarakat Di Sekolah Menengah Kejuruan Muhammadiyah 1 Pringsewu.” UIN Raden Intan Lampung, 2021. <http://repository.radenintan.ac.id/22492/>.
- Zakiya, Nuruz, and Aliwafa Aliwafa. “Public Relations Opportunities for Nurul Jadid Vocational School Through The Utilization of Virtual Community.” *Journal of Educational Management Research* 1, no. 1 (2022): 49–62. <https://doi.org/https://doi.org/10.61987/jemr.v1i1.23>.