

DAFTAR PUSTAKA

- A. Aaker, David. (2020). dalam buku *Strategi Branding: Teori dan Perspektif Komunikasi dalam Bisnis*. Malang: Universitas Brawijaya Press
- Aaker, David A. (1991). *Managing Brand Equity: Capitalizing on the Value of a Brand Name*. New York: The Free Press.
- Aaker, Jennifer L. (1997). Dimensions of Brand Personality. *Journal of Marketing Research*, 34(3), 347–356.
- Abdurrahman, H. (2017). *Kamus Peribahasa Arab-Indonesia*. Jakarta: Pustaka Al-Kautsar.
- Adinsyah, Sarah Nila. (2022). *Pengertian dan Konsep Penyimpangan Sosial*. Surabaya: CV Media Edukasi Creative, hlm. 28.
- Aditama, Roni Angger. (2020). *Pengantar Manajemen: Teori dan Aplikasi*. Malang: AE Publishing.
- Ahmad Taufiq. (2021). *Dakwah dan Perubahan Sosial: Pendekatan Sosiologi Dakwah*. Yogyakarta: Pustaka Pelajar.
- Ahmad. (2020). *Manajemen Strategis*. Makassar: Nas Media Pustaka.
- Al-Bani, Nashiruddin. (2023). *Teori dan Praktik Dakwah Islam*, Jakarta: Pustaka Al-Mizan.
- Alwi, Alimin, Mansur, M., & Untarti, D. P. (2023). Pembentukan Karakter Siswa di Lembaga Pendidikan Formal. *Pedagogik: Jurnal Pendidikan*, 18(2), 148–155.
- Ancok, Djamaludin, dan Anshori, Fuad. (2005). *Psikologi Islam: Solusi Islam atas Problem-Problem Psikologi*, Yogyakarta: Pustaka Belajar.
- Arikunto, Suharsimi. (2010). *Prosedur Penelitian Suatu Pendekatan Praktik*, Jakarta: Rineka Cipta.

- Ashoumi, Hilyah. (2019). *Budaya Religius Basis Pembentukan Kepribadian Religius*. Jombang: LPPM Universitas KH. A. Wahab Hasbullah.
- Asyraf Firmansyah, Muhammad., dkk. (2023). Analisis pesan dakwah dalam film Preman Pensiun: Kesempatan kedua tahun 2020. *Jurnal Ilmu Komunikasi dan Media Sosial*, 3(1), 228.
- Azizah, Nur. (2020). The influence of religiosity on consumer behavior in Indonesia. *Jurnal Ekonomi dan Bisnis Islam*, 12(1), 56.
- Calderón-Fajardo, V., et al. (2023). Brand Personality: Current Insights and Future Research Directions. *Journal of Business Research*, 166, 114062.
- Cen, Cia Cai. (2023). *Pengantar Manajemen*, Padang: PT Inovasi Pratama Internasional.
- Damayanti, D. (2020). Strategi Branding Panti Sosial (Studi Deskriptif Kualitatif mengenai Strategi Branding Unit Informasi dan Layanan Sosial). *Jurnal Narada*, 7(2), 162.
- Damayanti, Rosida. *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*. Skripsi S1, UIN KHAS Jember, 2023.
- Darussalam. (2022). *Sahih Muslim*. Riyadh: Darussalam.
- Dasipah, Euis dan Suseno, Gijanto Purbo. (2023). *Sistematikasi Pema*
F. Rangkuti., *Strategi Komunikasi Brand*, (Jakarta: Gramedia Pustaka Utama, 2021), hlm. 70
- Fajriya, Siti dan Nugroho, Fajar. (2020). *Strategi Branding: Teori dan Perspektif Komunikasi dalam Bisnis*. Yogyakarta: Deepublish.
- Fawzi, Marissa Grace Haque, dkk. (2021). *Strategi Pemasaran: Konsep, Teori dan Implementasi*, Tangerang Selatan: Pascal Books.

- Firdaus, Rifqi. *Manajemen Strategi Branding Pendidikan Inklusi di Madrasah Ibtidaiyah Amanah Turen Kabupaten Malang*. Tesis S2, Pascasarjana UIN Malang, 2021.
- Fitria, R., dkk. (2020). Pesan dakwah dalam self distancing (kasus Covid-19). *Islamic Communication Journal*, 1(2), 69.
- Gelder, P. (2021). Dalam Mujib, F. & Septiningsih, T. *School Branding: Strategi di Era Disruptif*. Jakarta Timur: Bumi Aksara.
- Griffin, Ricky W. (2019). *Manajemen* (ed. 10). Jakarta: Erlangga.
- Hajar, Ibnu. (2019). *Manajemen Strategis: Konsep Keunggulan Bersaing*. Yogyakarta: CV Andi Offset.
- Hasibuan, Malayu S. P. (2017). *Manajemen: Dasar, Pengertian, dan Masalah*. Jakarta: Bumi Aksara.
- Hidayat, Moh. Syarif, dkk. (2023). *Pengantar Evaluasi Pendidikan*, Sukabumi: CV Haura Utama.
- Hidayat, R., & Haris, T. (2021). Emosi Konsumen dalam Brand Personality dan Pengaruhnya terhadap Keputusan Pembelian. *Jurnal Ekonomi dan Bisnis Indonesia*, 18(4), 330-345. <https://doi.org/10.3210/jebi.v18i4.702>
- Hikmawati, H., Yahya, M., Elpisah, E., & Fahreza, M. (2022). Pengaruh Lingkungan Sekolah Terhadap Pembentukan Karakter Siswa Sekolah Dasar. *Jurnal Basicedu*, 6(3), 4117–4124.
- Ianenko, Marina & Stepanov, Mikhail & Mironova, Liubov. (2020). Brand identity development. *E3S Web of Conferences*. 164. 09015. 10.1051/e3sconf/202016409015.
- Indrajaya, Sonny. (2024). *Manajemen Pemasaran*. Bandung: Kaizen Media Publishing.

- Isniati dan Fajriansyah, Rizki. (2019). *Manajemen Strategik: Intisari Konsep dan Teori*. Yogyakarta: CV Andi Offset.
- Jahari, Jaja, dan Syarbini, Amirulloh. (2013). *Manajemen Madrasah: Teori, Strategi, dan Implementasi*, Bandung: Alfabeta.
- Kartajaya, H. (2021). *Marketing 5.0: Teknologi untuk Kemanusiaan*. Jakarta: Gramedia Pustaka Utama.
- Kasali, Rhenald. (2021). *Branding: Membentuk Persepsi Pelanggan dan Memenangkan Persaingan Pasar*. Jakarta: Gramedia Pustaka Utama.
- Keller, Kevin Lane. (2013). *Strategic Brand Management*, London: Pearson Education.
- Kementerian Agama Republik Indonesia. (2019). *Al-Qur'an dan Terjemahannya*. Jakarta: Lajnah Pentashihan Mushaf Al-Qur'an, Kementerian Agama RI.
- Kotler, Philip dan Keller, Kevin Lane. (2016). *Marketing Management* (15th ed.). Pearson Education, 298.
- Kotler, Philip, & Keller, K. L. (2016). *Manajemen Pemasaran* (cet. ke-15). Jakarta: Erlangga.
- Kusnanto, Danang, dkk. (2023). *Manajemen Pemasaran: Teori dan Praktik Mencapai Target*. Indramayu: Penerbit Adab.
- Lesmana, H. Sri Jaya, dan Latif, Inas Sofia. (2023). *Pengantar Sosiologi*, Banten: Berkah Aksara Cipta Karya.
- Liana, Yuyuk. (2020). *Citra Merek, Kualitas Produk dan Brand Personality Terhadap Minat Beli*. *Jurnal Ilmu-Ilmu Sosial*, Vol. 17, No. 1, hlm. 189.
- Lupiyoadi, R. (2020). *Manajemen Pemasaran Jasa*. Jakarta: Salemba Empat.
- Maarifudin. (2022). Peran Tri Pusat Pendidikan (Keluarga, Sekolah, dan Masyarakat) dalam Upaya Pengembangan Sumber Daya Manusia yang Berkualitas. *Jurnal El-Hamra: Kependidikan dan Kemasyarakatan*, 2(2), 31–37.

- Melchior Ray, Katherine. (2025). *Brand Global, Adapt Local: How to Build Brand Value Across Cultures*. London: FT Publishing.
- Moleong, Lexy J. (2017). *Metodologi Penelitian Kualitatif*, Bandung: Remaja Rosdakarya.
- Moleong, Lexy J. (2017). *Metodologi Penelitian Kualitatif*, Edisi Revisi. Bandung: Remaja Rosdakarya.
- Mukhlis. (2020). Religiusitas sebagai sistem nilai dalam kehidupan sosial. *Jurnal Ilmu Sosial dan Humaniora*, 25(3), 78.
- Mulyasa, E. (2013). *Standar Kompetensi dan Sertifikasi Guru*. Bandung: Remaja Rosdakarya.
- Mulyasa, M. (2017). *Manajemen Sarana dan Prasarana Pendidikan*, Bandung: Remaja Rosdakarya.
- Mulyasa. (2021). *Manajemen Pendidikan*, Bandung: Remaja Rosdakarya.
- Mushlih, Ahmad. (2019). Implementasi Strategi Branding Entrepreneur di TK Khalifah Sewon Yogyakarta. *Golden Age: Jurnal Pendidikan Anak Usia Dini*, 2(2), 15-25.
- Najoan, Denny. (2020). Memahami Hubungan Religiusitas dan Spiritualitas di Era Milenial. *Jurnal Teologi*, 1(1), 66.
- Nasution, S. (2015). *Metode Penelitian Naturalistik-Kualitatif*, Bandung: Tarsito.
- Nata, Abuddin. (2019). *Manajemen Dakwah: Pendekatan Sistem dan Strategi*, Jakarta: Rajawali Pers.
- Nor Khasanah, Jana Siti. (2023). *Pengantar Manajemen*. Lamongan: Nawa Litera Publishing.
- Nurmahmudah, Endah. (2023). *Pengantar Manajemen: Memahami Konsep Dasar Manajemen Secara Mudah*, Tasikmalaya: Edu Publisher.

- Philip Kotler dan Kevin Lane Keller, *Marketing Management* (15th ed., Pearson Education, 2016), hlm. 298.
- Piola, Hermia. *Strategi Branding Image dalam Meningkatkan Daya Saing di Madrasah Tsanawiyah Soleh Al-Mubarak Tungkal Ulu*. Skripsi S1, UIN Raden Fatah Palembang, 2023.
- Prasetio, Primadi. (2024). *Menanamkan Nilai Religiusitas Melalui Good Government Governance dan Implementasi SAP dalam Komitmen Organisasi*. Jambi: Salim Media Indonesia.
- Praseyo, Bambang D., dan Febriani, Nufian S. (2020). *Strategi Branding: Teori dan Perspektif Komunikasi dalam Bisnis*, Malang: Tim UB Press.
- Pustaka Al-Kautsar. (2023). *Kumpulan Hadis Pilihan*. Jakarta: Pustaka Al-Kautsar.
- Putri, Debi Eka, dkk. (2021). *Brand Marketing*. Bandung: Widina Bhakti Persada.
- R. Terry, George. (2016). *Prinsip-Prinsip Manajemen*, cetakan ke-14. Jakarta: Bumi Aksara
- Raco, J.R. (2018). *Metodologi Penelitian Kualitatif*. Sukabumi: CV Jejak
- Rohmah, A. N., & Wibowo, A. (2022). Manajemen strategi positioning sekolah dalam meningkatkan citra lembaga. *Jurnal Manajemen Pendidikan Islam*, 10(1).
- Rukiyanto. (2021). *Pendidikan Religiusitas*, Yogyakarta: Sanata Dharma University Press.
- Salam, Abdul., dkk. (2020). Dakwah melalui YouTube: Analisis pesan dakwah Ustadz Hanan Attaki. *Jurnal Washiyah*, 1(3), 655.
- Sampurnaningsih & Baharuddin, H. (2024). *Kiat Membentuk Entrepreneurship dengan Excellent Managerial Skill*. Jogjakarta: Karya Bakti Makmur Indonesia.

- Saputra, D., & Yuliana, T. (2022). Pengaruh Brand Personality terhadap Persepsi Konsumen di Era Digital. *Jurnal Pemasaran dan Branding*, 10(2), 145-158. <https://doi.org/10.24912/jpb.v10i2.717>
- Sari, R. M., & Nurrahmi, E. (2020). Branding sekolah dalam meningkatkan daya saing lembaga pendidikan. *Jurnal Ilmiah Pendidikan dan Pembelajaran*, 4(2), 227–233. <https://doi.org/10.23887/jipp.v4i2.27757>
- Septiningsih, Tutik, dan Fathul, Mujib (2021). *School Branding: Strategi di Era Disruptif*. Jakarta Timur: Bumi Aksara.
- Siagian, Sondang P. (2015). *Manajemen Strategik*. Jakarta: Bumi Aksara.
- Siyamto, Yudi, dkk. (2023). *Manajemen Strategi Merek*, Batam: CV Rey Media Grafika.
- Solomon, Michael R. dan Russel, Cristel Antonia. (2023). *Consumer Behavior: Buying, Having, and Being*. Pearson Education, 321.
- Subiyanto, R. (2014). *Pengelolaan Prasarana dan Sarana*, Yogyakarta: Penerbit Andi.
- Sugiyono. (2018). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D*, Bandung: Alfabeta.
- Suju, Undang. (2023). *Manajemen Strategi*, Surabaya: Cipta Media Nusantara.
- Surya Diarta, Ketut., dkk. (2016). *Strategi Branding dalam promosi penjualan produk pertanian olahan PT. Hatten Bali untuk pasar pariwisata Indonesia*. *Jurnal Manajemen Agribisnis*, 4(2), 170-173.
- Suryadi, Ace. (2018). *Manajemen Pendidikan*, Bandung: Pustaka Setia.
- Suryadi, Bambang. (2021). *Religiusitas: Konsep, Pengukuran, dan Implementasi di Indonesia*, Jakarta Pusat: Bibliosmia Karya Indonesia.
- Susanto, Abdurrahman dan Wijanarka, (2017). *Strategi Branding: Membangun Brand Menggunakan Pendekatan Strategik*. Yogyakarta: Andi.

- Syahrullah, M. (2023). *Strategi Branding Sebagai Upaya Optimalisasi Pengumpulan Wakaf. Jurnal Islamika*, 6 (1), 4
- Syaitori. (2023). *Urgensi Multikultural dalam Pembelajaran Pendidikan Agama Islam*, Lombok Tengah: Yayasan Insan Cendekia Indonesia Raya.
- Syukur, M. dan Hasani, A . (2018). *Ilmu Dakwah: Suatu Kajian dan Pendekatan*. Jakarta: Kencana.
- Wulandari, Ririn dan Khoiriyah, Rizka Ismi. (2024). *Manajemen Produk dan Merek Untuk Perencanaan Strategi Pemasaran*. Makassar: PT Nas Media Indonesia.
- Yuliwati, Devi. (2022). *Pengaruh Brand Ambassador, Brand Personality dan Kualitas Produk Terhadap Keputusan Pembelian*. Jakarta: STIE Indonesia.
- Yunus, Eddy. (2016). *Manajemen Strategis*. Yogyakarta: CV Andi Offset.
- Zanki, Harits Azmi. (2021). *Penanaman Religious Culture (Budaya Religius) di Lingkungan Madrasah*. Indramayu: CV Adanu Abimata.
- Zuhairini. (2020). *Pendidikan dalam Islam*. Jakarta: Bumi Aksara.
- Zulkifli. (2020). Religious values and their impact on consumer. *Journal of Religious Studies*, 18(2), 134.