

DAFTAR PUSTAKA

- Abuddin, Nata. (2010). *Ilmu Pendidikan Islam*. Jakarta: Prenada Media Group.
- Ade Mentari, Metia. (2022). *Strategi Pemasaran Sekolah dalam Meningkatkan Jumlah Peserta Didik di SMP Negeri 01 Tebat Karai*. Cururp: IAIN Curup.
- Agung, Andreas. (2024). *“The Fundamental of Digital Marketing”*. Jakarta: PT. Gramedia.
- Ahmadi, Rulam. (2005). *“Memahami Metode Penelitian Kualitatif”*. Malang: Universitas Negeri Malang.
- Alimin, Erina dkk. (2022). *Manajemen Pemasaran (Kajian Pengantar Bisnis di Era Bisnis Modern)*. NTB: Seval Literindo Kreasi.
- Andi Mukhtar, Muhammad. (2025). *Strategi Digital Marketing dalam Meningkatkan Animo Peserta Didik Baru di MAN 3 Agam*. Padang: UIN Imam Bonjol.
- Dosen Administrasi Pendidikan UPI, Tim. (2009). *Manajemen Pendidikan*. Bandung: Alfabeta.
- Dwi Muliani, Rina & Arusman Arusman. (2022). Faktor-Faktor yang Mempengaruhi Minat Belajar Peserta Didik. *Jurnal Riset dan Pengabdian Masyarakat*. Vol. 2. No. 2.
- Fatihudin, Didin dan Anang Firmansyah. (2019). *Pemasaran Jasa (Strategi, Mengukur Kepuasan dan Loyalitas Pelanggan*. Sleman: Deepublish.
- Gunawan Chakti, Andi. (2019). *The Book of Digital Marketing*. Celebes Media Perkasa. Cet.1.

Hakim, Lukmanul dkk. (2021). *Digital Marketing Pada Lembaga Pendidikan: Pemahaman, Penerapan dan Efektifitas*. Surakarta: Universitas Tunas Pembangunan (UPT) Seminar Nasional.

<https://pendma.kemenagkabblitar.id/cek-jumlah-siswa>, diakses pada tanggal 5 November 2025, pukul 22:19 WIB.

<https://www.yusufhidayatulloh.com/menerapkan-metode-evaluasi-untuk-strategi-pemasaran>, diakses pada tanggal 27 Oktober 2025, 07:33 WIB.

Indonesia, Republik. (2006). *Undang-undang Republik Indonesia No 14 Tahun 2005 tentang Guru dan Dosen & Undang-undang Republik Indonesia No 20 Tahun 2003 tentang sisdiknas*. Bandung: Permana.

Iqbal, Muhammad. (2019). Pemasaran Jasa Pendidikan dan Implementasinya sebagai Strategi Pengembangan Pendidikan di SMP Muhammadiyah 1 Depok Sleman Yogyakarta. *Manageria: Jurnal Manajemen Pendidikan Islam*. 4. No. 1.

Iskandar. (2009). *“Metodologi Penelitian Pendidikan dan Sosial (Kuantitatif dan Kualitatif)”*. Jakarta: GP. Press.

J. Moleong, Lexy. *“Metode Penelitian Kualitatif”*. Bandung: Remaja Rosdakarya.

Junaris, Imam & Nik Haryanti. (2022). *Manajemen Pemasaran Pendidikan*. Purbalingga: Eureka Media Aksara

Kannan, P.K dan Hongshuang. (2017). “Alice” Li, Digital Marketing: A Framework, Review and Research Agenda. *International Journal of Research in Marketing*.

- Kholifah, Hanifatul. (2022). “Manajemen Pemasaran Pendidikan dalam Peningkatan Penerimaan Peserta Didik Baru di MTsN 4 Madiun,” *Skripsi*. Ponorogo: Fak. Tarbiyah dan Keguruan Institut Agama Islam Negeri Ponorogo.
- Koentjoroningrat. (1985). “*Metode Penelitian Masyarakat*”. Jakarta: Gramedia.
- Komalasari, Dewi dkk. (2021). *Buku Ajar Digital Marketing*. Sidoarjo: Umsida Press.
- Korompot, Salim dkk. (2020). Persepsi Siswa Tentang Faktor yang Mempengaruhi Minat Belajar. *Jambura Guidance and Counseling Journal*. Vol. 1. No. 1.
- Kotler, Philip dan Kevin Lane Keller. (2012). *Marketing Management*. New Jersey: Prentice Hall.
- Kotler, Philip dan Kevin Lane Keller. (2012). *Marketing Management*. 14th Edition. New Jersey: Pearson Education.
- Kurnia Rahmawati, Weni. (2019). Faktor-Faktor yang Mempengaruhi Minat Siswa Memilih Sekolah di SMA Nuris Jember. *Jurnal Bimbingan dan Konseling Terapan* 3.
- M. Edmiston Strasser, Dawn. (2009). Examination of Integrated Marketing Communication (IMC) in Higher Education. *Journal of Marketing for Higher Education*. University of Wisconsin Oshkosh: Taylor & Francis Group.
- Machali, Imam. (2010). *Manajemen Pemasaran Jasa Pendidikan Madrasah dalam Antologi Kependidikan Islam*. Yogyakarta: Teras.

- Mesra, Putrina. (2021). Faktor-Faktor yang Mempengaruhi Minat Belajar Siswa di Masa Pandemi, *Jurnal Ilmiah Wahana Pendidikan*. Vo. 7. No. 3.
- Munandar, Dadang. (2022). *Digital Marketing*. Surabaya: Cipta Media Nusantara.
- Nur Supriadi, Yudi dkk. (2021). *Buku Ajar Digital Marketing*. Sidoarjo: Umsida Press.
- Putri Lestari, Ida. (2019). *Analisis Faktor-Faktor yang Mempengaruhi Peserta Didik dalam Pemilihan Sekolah Lanjutan Tingkat Atas (SLTA) Negeri di Kota Blitar*. Malang: Universitas Negeri Malang.
- Qomar, Mujamil. (2022). “*Metodologi Penelitian Kualitatif*”. Malang: Intelegensia Media.
- Rahmad, Abdul dkk. (2023). *Model ASOKA (Dalam Pembelajaran dan Pelatihan Pendidikan Masyarakat)*. Gorontalo: Ideas Publishing.
- Rahmawati, Ami. (2023). Implementasi Strategi Digital Marketing dalam Peningkatan Daya Saing Lembaga Pendidikan. *Jurnal Pendidikan dan Manajemen*. 8(2).
- Rahmawati, Anita dkk. (2025). Literature Review: Evolusi Strategi Pemasaran Digital dalam Era Teknologi Informasi. *Jurnal Manajemen dan Akuntansi*. Vol 5(2).
- RI. Depag. (2005). *Al-Qur'an dan Terjemahnya*. Semarang: PT. Toha Putra.
- Sabila, Nur. (2019). *Pengantar Belajar Digital Marketing*. Semarang: STEKOM.
- Sunyoto, Danang. (2013). *Manajemen Pemasaran*. Jakarta: PT Buku Seru.

Sya'adah, Siti Fatikhatus. (2024). Strategi Promosi Berbasis Digital Marketing dalam Meningkatkan Minat Calon Peserta Didik Baru di Sekolah. *Jurnal Pendidikan dan Bahasa*. Vol. 1. No. 4.

Wijaya, David. (2022). “Pemasaran Jasa Pendidikan”. Cet.1. Jakarta: Bumi Aksara.

Zaenul Fitri, Agus & Nik Haryanti. (2020). “*Metodologi Penelitian Pendidikan*”. Malang: Madan Media.

المَبْحَثُ الْأَوَّلُ: قَاعِدَةُ الْمَشَقَّةِ تَجْلِبُ التَّيْسِيرَ - موسوعة القواعد الفقهية - الدرر السنية, diakses pada 12 Juni 2026, pukul 12.02 WIB.