

DAFTAR PUSTAKA

- Alamsyah, A., Bukhori, M., & Agustina, T. (2023). Pengaruh *brand Image*, Digital Marketing Dan Reference Group Terhadap Keputusan Siswa Memilih Sekolah Di Madrasah Aliyah Muhammadiyah 1 Malang. *Jurnal Ilmiah Riset Aplikasi Manajemen*, 1(2), 365–375.
<https://doi.org/10.32815/jiram.v1i2.27>
- Cinta, C., Anjel, P., Lengkong, B. L., Kainde, S. J. R., Mandagi, D. W., & ½í ¶□í ½í ¶□, Í. (2022). *branding* Institusi Pendidikan Melalui Media Sosial Instagram. *SEIKO : Journal of Management & Business*, 5(2), 44–58.
<https://doi.org/10.37531/SEJAMAN.V5I2.2893>
- Digital 2025: *Indonesia — DataReportal – Global Digital Insights*. (n.d.). Retrieved November 13, 2025, from <https://datareportal.com/reports/digital-2025-indonesia>
- Dr. Ulani Yunus, M. M. (2019). *Digital branding, Teori, dan Praktik*.
- Gelder, S. Van. (2003). *Global brand Communications*.
- Keller, K. L. (2013). Keller, K. L. (2013). *Strategic brand Management Building Measuring, and Managing brand Equity*, Global Edition (4th ed.). Pearson Education. In *Scientific Research*.
- Lee, S., Chan-Olmsted, S. M., & Cho, M. (2013). User Perceptions of Social Media: A Comparative Study of Perceived Characteristics and User Profiles by Social Media. *Online Journal of Communication and Media Technologies*, 4, 3.
- Nasrullah, R. (2015). *MEDIA SOSIAL: PERSPEKTIF KOMUNIKASI, BUDAYA DAN SOSIOTEKNOLOGI*.
- Prayogi, L. S., & Muslihun, M. (2024). Strategi Membangun *brand Image* untuk Meningkatkan Daya Saing Lembaga Pendidikan di MAN 2 Yogyakarta. *Dirasat: Jurnal Manajemen Dan Pendidikan Islam*, 10(2), 124–134.

<https://doi.org/10.26594/dirasat.v10i2.4866>

Qadir, A. (2016). Media Sosial(Definisi, Sejarah Dan Jenis-jenisnya).

JurnalAgama, Sosial, Dan Budaya, 3(6), 1–23.

Sugiyono. (2020). *Metode Penelitian Pendidikan: Pendekatan Kuantitatif,*

Kualitatif, dan R & D.

Wahyunto, M., Hidayati, D., & Sukirman, S. (2024). Strategi *branding* Sekolah di era digital dalam meningkatkan animo masyarakat melalui pemanfaatan digital marketing. *Academy of Education Journal*, 15(2), 1260–1271.

<https://doi.org/10.47200/aoej.v15i2.2419>

