

DAFTAR PUSTAKA

DAFTAR PUSTAKA – BUKU

- Abd. Rohman. (2017). *Dasar-dasar manajemen*. Malang: Inteligensia Media.
- Abdullah, T., & Tantri, F. (2012). *Manajemen pemasaran*. Jakarta: PT Raja Grafindo Persada.
- Aditama, R. A. (2020). *Pengantar manajemen: Teori dan aplikasi*. H.M. Li & M. Lettucia: Penerbitan AE.
- Afandi, Deni. *Staff IT Global Madani, Bekasi*. 28 Juni 2025.
- Agustinova, D. E. (2014). *Memahami metode penelitian kualitatif: Teori dan praktik*. Yogyakarta: Capcilus.
- Ajizah, I. (2021). *Urgensi teknologi pendidikan: Analisis kelebihan dan kekurangan teknologi pendidikan di era revolusi industri 4.0*. Istighna, 4. Diakses dari <http://books.uinsby.ac.id/id/eprint/635/>
- Alkh, A., Talab, H. R., Flayyih, H. H., & Husein, N. A. (2018). *Data dampak dari pengontrol sistem MS (SMP) pada kinerja organisasi: Tinjauan sastra*. Universitas Bagdad, Sekolah Tinggi Administrasi dan Ekonomi, 24(105), 1. <https://doi.org/10.33095/jes.v24i105.67>
- Alma, B. (2018). *Manajemen pemasaran dan pemasaran jasa*. Bandung: Alfabeta.
- Arikunto, S. (2016). *Metodologi penelitian*. Yogyakarta: Bina Aksara.
- Arikunto, S., & Yuliana, L. (2017). *Manajemen Pendidikan* (Cet. ke-2). Sleman: Graha Cendikia.
- Armstrong, G., & Kotler, P. (2018). *Prinsip-prinsip pemasaran* (Edisi ke-17). Pearson Education.
- Athollah, M. dkk. (2024). *Akselerasi informasi teknologi: Cakap dan beretika di era digital*. Bandung: Refika Aditama.
- Badan Pengembangan dan Pembinaan Bahasa. (2016). *Kamus Besar Bahasa Indonesia* (Edisi ke-5). Jakarta: Kementerian Pendidikan dan Kebudayaan.
- Baharuddin. (2023). *Perencanaan pendidikan*. Kalsel: Ruang Karya Bersama.
- Barker, M. S., Barker, D. I., Bormann, N. F., & Roberts, K. E. (2017). *Pemasaran media sosial: Pendekatan strategi* (Edisi ke-2). Boston: Cengage Learning.
- Belch, G. E., & Belch, M. A. (2018). *Periklanan dan promosi: Perspektif komunikasi pemasaran terpadu*. McGraw-Hill Education.
- Bogdan, R., & Taylor, S. C. (1996). Dalam Lexy J. Moleong, *Metodologi penelitian kualitatif* (cet. ke-7). Bandung: PT Remaja Rosdakarya.
- Brantas. (2009). *Dasar-dasar manajemen* (Cet. ke-2). Bandung: Alfabeta.
- Buchari, Alma. (2018). *Manajemen pemasaran dan pemasaran jasa*. Bandung: Alfabeta.
- Bulan, M., & Ilahi, W. (2015). *Manajemen dakwah*. Jakarta: Grup Prenadamedia.

- Bush, T., & Glover, D. (2016). *Kepemimpinan sekolah dan manajemen*. London: SAGE Publications.
- Carah, N., & Louw, E. (2018). *Media dan masyarakat: Produksi, konten dan partisipasi* (Edisi ke-5). Oxford: Universitas Oxford – Universitas Indonesia (UI).
- Chaffey, D., & Ellis-Chadwick, F. (2019). *Pemasaran digital* (Edisi ke-7). Harlow: Pearson Education.
- Daryanto. (2011). *Sari kuliah manajemen pemasaran*. Bandung: Satu Nusa.
- Demirtas, O., & Karaca, M. (2021). *Buku pegangan gaya kepemimpinan*. Newcastle: Cambridge Scholars Publishing.
- Edison, E., Anwar, Y., & Komariyah, I. (2016). *Manajemen sumber daya manusia*. Bandung: Alfabeta.
- Fahrurrozi. (2023). *Kewirausahaan dan digitalisasi: Mengbisnis di era 5.0*. Nusa Tenggara Barat: Universitas Hamzanwadi Press.
- Faj, A. (2024). *Cara unik promosi sekolah*.
- Fathoni, A. (2016). *Metodologi penelitian dan teknik penyusunan tesis*. Jakarta.
- Freberg, K. (2013). *Strategi media sosial untuk komunikasi: Strategi kreatif dan aplikasi berbasis penelitian*. Thousand Oaks, CA: Publikasi SAGE.
- Freberg, K. (2018). *Media sosial untuk strategi komunikasi: Strategi kreatif dan aplikasi berbasis penelitian*. Thousand Oaks, CA: Publikasi SAGE.
- Fuchs, C. (2017). *Media sosial: Sebuah pengantar kritis* (Edisi ke-2). London: Publikasi SAGE.
- Goodwin, D. K. (2018). *Kepemimpinan: Di masa sulit*. Kota New York: Simon & Schuster.
- Griffin, R. W. (2016). *Manajemen* (Edisi ke-12). Boston: Cengage Learning.
- Handayani, D., & Susanti, N. (2023). *Manajemen pemasaran pendidikan: Strategi dan inovasi promosi sekolah di era digital*. Bandung: Alfabeta.
- Hanna, R., & Chen, X. (2020). *Strategi manajemen media sosial*. New York: Routledge.
- Haris Nurdiansyah, & Rahman, R. S. (2019). *Pengantar manajemen*. Yogyakarta: Diandra Kreatif.
- Hasbullah. (2023). *Manajemen strategis pendidikan: Konsep dan aplikasi dalam promosi sekolah*. Jakarta: Rajawali Pers.
- Ifah, K. dkk. (2020). *Manajemen pemasaran pendidikan*. Bandung: Widina.
- Jusuf Thaib, E. (2021). *Masalah dakwah di media sosial*. Sumatera Barat: Insan Cendekia Mandiri.
- Kearns Goodwin, D. (2018). *Kepemimpinan: Di masa sulit*. New York City: Simon & Schuster.
- Kissinger, H. (2022). *Kepemimpinan: Enam studi dalam strategi dunia*. London: Penguin Press.

- Kotler, P. (2003). *Wawasan pemasaran dari A sampai Z*. Jakarta: Erlangga.
- Kotler, P., & Armstrong, G. (2018). *Prinsip pemasaran* (Edisi ke-17). Pearson Education.
- Kotler, P., & Keller, K. L. (2016). *Buku pegangan penelitian strategi periklanan yang efektif di era media sosial*. Cambridge: IGI Global.
- Kotler, P., & Keller, K. L. (2016). *Manajemen pemasaran* (Edisi ke-15, Edisi Global). AS: Pearson.
- Laksana, M. F. (2019). *Praktis memahami manajemen pemasaran*. Sukabumi: CV Al Fath Zuma.
- Lovelock, C., & Wirtz, J. (2016). *Pemasaran jasa: Orang, teknologi, strategi* (Edisi ke-8). Pearson Education.
- Lupiyadi, R., & Hamdani, A. (2006). *Manajemen pemasaran jasa* (Ed. II). Jakarta: Salemba Empat.
- Miller, V. (2020). *Memahami budaya digital* (Edisi ke-2). London: SAGE Publications.
- Moleong, L. J. (2017). *Metodologi penelitian kualitatif* (Cet. ke-7). Bandung: Remaja Rosdakarya.
- Morris, W. (1973). *Kamus Bahasa Inggris Warisan Amerika*. Boston: Houghton Mifflin.
- Munir, M. (2021). *Manajemen dakwah*. Jakarta: Prenada Media.
- Nasrullah, R. (2017). *Media sosial*. Bandung: Simbiosis Rekatama Media.
- Nurdiansyah, H., & Rahman, R. S. (2019). *Pengantar manajemen*. Yogyakarta: Diandra Kreatif.
- Parasuraman, A., Zeithaml, V. A., & Berry, L. L. (2017). *Memberikan layanan berkualitas: Menyeimbangkan persepsi dan harapan pelanggan*. New York: Pers Bebas.
- Priansa, D. J. (2017). *Perilaku konsumen dalam persaingan bisnis kontemporer*. Bandung: Alfabeta.
- Qualman, E. (2018). *Socialnomics: Bagaimana media sosial mengubah cara kita hidup dan berbisnis* (Edisi terbaru). Hoboken: Wiley.
- Ruyatnasih, Y., & Megawati, L. (2018). *Pengantar manajemen: Teori, fungsi dan kasus* (Edisi ke-2). Yogyakarta: CV. Absolute Media.
- Ryan, D. (2016). *Memahami pemasaran digital: Strategi pemasaran untuk melibatkan generasi digital* (Edisi ke-4). London: Kogan Page.
- Saat, S., & Mania, S. (2020). *Pengantar metodologi penelitian*. Sulawesi Selatan: Pusaka Almaida.
- Simamora, T. H. (2015). *Sistem perencanaan dan pengendalian manajemen*. Jakarta: Salemba Empat.
- Sugiyono. (2017). *Metode penelitian kualitatif, kuantitatif, dan R&D*. Bandung: Alfabeta.
- Sugiyono. (2019). *Metode penelitian pendidikan: Pendekatan kuantitatif, kualitatif, dan R&D*. Bandung: Alfabeta.

- Tobroni, dkk. (2018). *Memperbincangkan pemikiran pendidikan Islam*. Jakarta: Prenada Media Grup.
- Tuten, T. L., & Solomon, M. R. (2018). *Pemasaran media sosial* (Edisi ke-3). London: SAGE Publications.
- Van Dijck, J. (2018). *Konektivitas Budaya: Sejarah kritis media sosial*. Oxford: Pers Universitas Oxford.
- Walters, C. (2023). *Design Thinking for Social Media: Theory & Practice for Better Content*, 33–45.
- Wibowo, A., & Setiawan, D. (2023). *Manajemen digitalisasi sekolah di era industri 4.0*. Yogyakarta: Deepublish.
- Wicaksono, A. (2025). *Digitalisasi sekolah*. Amerta Media.
- Wijaya, D. (2016). *Pemasaran jasa pendidikan*. Jakarta: Bumi Aksara.
- Yin, R. K. (2023). *Studi kasus: Desain & metode*. Indramayu: CV Adanu Abimata.
- Zeithaml, V. A., Bitner, M. J., & Gremler, D. D. (2018). *Pemasaran jasa: Mengintegrasikan fokus pelanggan di seluruh perusahaan* (Edisi ke-7). McGraw-Hill Education.
- Zarrella, D. (2019). *Ilmu pemasaran: Kapan harus membuat tweet, apa yang harus diposting, cara membuat blog*. Hoboken: Wiley.

DAFTAR PUSTAKA-JURNAL

- Adventyana, B. D., Salsabila, H., Sati, L., Galand, P. B. J., & IstY Y. (2023). Media pembelajaran digital sebagai implementasi pembelajaran inovatif untuk sekolah dasar. *Jurnal Pendidikan dan Konseling (JPDK)*, 5(1), 3951–3955.
- Al Faruq, U. (2020). Peluang dan tantangan pendidikan Muhammadiyah di era 4.0. *Jurnal Ilmiah Ar-Risalah: Media Keislaman, Pendidikan dan Hukum Islam*, 18(1), 13–30.
- Al-Jaedyah, Y., & Mehrez, A. (2020). Pengaruh penilaian kinerja terhadap kinerja kerja di sektor pemerintahan: Permediasi dari motivasi. *Pertumbuhan Sains*, 2077–2088. <https://doi.org/10.5267/j.msl.2020.2.003>
- Amin, A., & Alinur, A. (2022). Strategi manajemen pemasaran pendidikan dalam peningkatan kualitas sekolah. *Jurnal Pendidikan Islam*, 12(2), 99.
- Aprilliantoni, & Madropi. (2022). Education Financing Management: Study at Binamitra Cikarang Vocational High School. *Al Marhalah*, 6(1), 1–14.
- Asaniyah, N. (2017). Pelestarian informasi koleksi langka: Digitalisasi, restorasi, fumigasi. *Buletin Perpustakaan*, 57, 85–94.

A'yuni, I. Q., & Eawati, D. (2022). Pemanfaatan TikTok sebagai media promosi Hamaya Wedding pada masa pandemi. *Ekonomi dan Pembangunan Berkelanjutan*, 7(1), 46.

Baharuddin, Ibnu Muthi, & Pauzan Haryono. (2023). Strategi Pembelajaran Pendidikan Agama Islam di Era Disrupsi di Sekolah Madrasah Aliyah Pink 03 Tambun Kabupaten Bekasi. *Jurnal Ilmiah Global Education*, 5(3), 150–161. <https://doi.org/10.55681/jige.v5i3.3249>

Benny, Heldrianto. (2020). Penyebab rendahnya tingkat pendidikan anak putus sekolah dalam program wajib belajar 9 tahun Desa Sungai Kakap Kabupaten Kubu Raya. [Online]. Diakses dari <http://jurnafis.tidakberwarna.ac.pengenal>

Bucher, T. (2018). Kekualgoritma dan politik. *Jurnal Riset dan Inovasi Universitas Indonesia*, 26.

Dewanti, A. K. (2020). Efektivitas program digitalisasi sekolah. *Bhirawa*, hlm. 4.

Diah Wulandari, & Pramudyo, A. (2022). Strategi promosi sekolah dalam meningkatkan penerimaan peserta didik baru di era digital. *Jurnal Administrasi Pendidikan*, 29(1), 56.

Doni, F. R. (2017). Perilaku penggunaan media sosial pada kalangan remaja. *Jurnal Rekayasa Perangkat Lunak Indonesia*, 3(2), 4.

Eawati, D., & Qurota A'yuni, I. (2022). Pemanfaatan TikTok sebagai media promosi Hamaya Wedding pada masa pandemi. *Ekonomi dan Pembangunan Berkelanjutan*, 7(1), 46.

Fuadiyah, N. Z. (2019). Optimalisasi sumber daya dan komunikasi dalam strategi pemasaran. *Jurnal Penelitian dan Tinjauan Administrasi Pendidikan*, 3(1), 1–9.

Habib Hanafi, dkk. (2019). Pengaruh persepsi kemanfaatan dan persepsi kemudahan website UB terhadap sikap pengguna dengan pendekatan TAM. *Administrasi Bisnis Universitas Brawijaya*. Diakses dari <http://administrasibisnis.jurnalpelajar.ub.ac.pengenal>

Hidayat, D. (2020). Strategi promosi pendidikan melalui media sosial di era digital. *Jurnal Komunikasi Pendidikan*, 4(1), 40–50.

Hidayat, T. (2020). Analisis pengaruh produk, harga, promosi, dan lokasi terhadap keputusan pembelian Rumah Makan Koki Jody di Magelang. *Jurnal Ilmu Manajemen*, 17(2), 95–105.

Labaso, S., Tarbiyah, F. I., Uin, K., & Kalijaga, S. (2018). Penerapan bauran pemasaran sebagai strategi pemasaran jasa pendidikan di MAN 1 Yogyakarta. *Jurnal*, 3(November), 289–311.

Mitrea, Curpanaru, G. G. (2021). Pertunjukan pemeliharaan: Memastikan pendekatan strategis dan terpadu untuk keberhasilan organisasi. *IOP Conference Series: Earth and Environmental Science*, 1169(1), 012039.

Mulyani, S. dkk. (2022). Pemanfaatan media sosial TikTok untuk pemasaran bisnis digital sebagai media promosi. *Penelitian Manfaat Media Sosial untuk Pemasaran*, 11(1), 3. Diakses dari <http://stp-mataram.jurnalelektronik.identitas/JHI>

Murhadiponidi. (2019). Digitalisasi sekolah melalui pengembangan website dan layanan sekolah berbasis teknologi informasi. *Intek: Informatika dan Teknologi Informasi*, 2(2), 62–69.

- Ningtyas, D. A., Badrul, M., & Sulisty, D. N. (2018). Sistem informasi penerimaan peserta didik baru di SMP Ar-Ridha Jakarta. *Jurnal*, 15(1), 19.
- Nurul Fatmawati, A., & Soliha, E. (2017). Kualitas produk, citra merek dan persepsi harga terhadap proses keputusan pembelian konsumen sepeda motor matic "Honda". *Jurnal Manajemen Teori dan Terapan*, 10. Diakses dari <https://e-journal.unair.ac.id/JMTT/artikel/unduh>
- Rahman, M. S., Singh, H., & Khalil, K. (2021). Otoritas fungsional: Alat desentralisasi manajemen perusahaan. *Universe Publishing Group (UniversePG)*, 50–54. <https://doi.org/10.34104/ajpab.021.050054>
- Sari, R. M., & Wibowo, A. (2019). Pengaruh media sosial terhadap peningkatan minat siswa dalam mengikuti lembaga kursus bahasa Inggris. *Jurnal Manajemen Pendidikan Islam*, 7(2), 60–70.
- Sholikhah, A. F., & Hadita, H. (2023). Pengaruh kualitas layanan, kualitas produk dan harga terhadap loyalitas pelanggan melalui kepuasan pelanggan Mie Gacoan di Bekasi Timur. *Jurnal Ekonomi Bahasa Indonesia*, 2(2), 692–708. <https://doi.org/10.55681/economina.v2i2.352>
- Susan, E. (2019). Manajemen sumber daya manusia. *Jurnal Manajemen Pendidikan Islam*, 9(2), 952.
- Sutarsih, W., Haryati, T., & Wiy, N. (2024, Februari). *PEMBELAJARAN: Inovasi Penelitian Pendidikan dan Pembelajaran*, 4(1).
- Sutarsih, W., & Haryati, T. (2024, Mei). Peran digitalisasi sekolah terhadap mutu pendidikan. *LEARNING: Jurnal Inovasi Penelitian Pendidikan dan Pembelajaran*, 4(2).
- Yani, S. M., dkk. (2022). Manfaat media sosial TikTok untuk pemasaran bisnis digital sebagai media promosi. *Penelitian Manfaat Media Sosial untuk Pemasaran*, 11(1), 3.
- Zuhaeda, N. F. (2019). Sumber daya dan komunikasi optimalisasi dalam strategi pemasaran. *Jurnal Penelitian dan Tinjauan Administrasi Pendidikan*, 3(1), 1–9.

LAMPIRAN

Lampiran 1. Pedoman Observasi

Lampiran 2. Pedoman Wawancara

Lampiran 3. Catatan Hasil Observasi

Lampiran 4. Catatan Hasil Lapangan

Lampiran 5. Dokumen Pendukung (Foto/dokumen)