

DAFTAR PUSTAKA

- Almafahir, A. (2023). *Pengaruh Promosi Jasa Pendidikan Berbasis Media Sosial Terhadap Keputusan Siswa dalam Memilih Madrasah (Penelitian di Madrasah Aliyah Swasta se-Kota Bandung)*. 2023.
- Amaliyah, M. F., Hermani, A., & Pradhanawati, A. (2022). Kajian Perencanaan Komprehensif Digital dalam Meningkatkan Penjualan pada CV. Sahaja. *Jurnal Ilmu Administrasi Bisnis*, 11(4), 630–640. <https://doi.org/10.14710/jiab.2022.35875>
- Amanda, S. (2023). *Strategi Pemasaran Jasa Pendidikan Melalui Media Sosial Dalam Peningkatan Mutu Pendidikan Di Sma Al-Mujaddid Kota Sabang*. 5, 1–14. <https://www.ncbi.nlm.nih.gov/books/NBK558907/>
- Andreas & Haenlein. (2010). *Users of the world, unite! The challenges and opportunities of Social Media*. 59–68.
- Arikunto, S. (2013). *Prosedur Penelitian*. Rineka Cipta.
- Baihaqi, A., & Istiqomah, T. (2021). Hubungan Strategi Coping Dan Tingkat Stres Terhadap Santri Di Pondok Pesantren Darussalam Kabupaten Banyuwangi (study kasus asrama syafa'atul qur'an). *Jurnal At-Taujih*, 1(2), 30. <https://doi.org/10.30739/jbkid.v1i2.1157>
- CME-RJ. (2019). Nomor 18 Tahun 2019 Tentang Pesantren. *Intoxicacion As Frecuentes Y Sus Principales Factores Influyentes En Niños Atendidos En El Servicio De Pediatria Del Hospital Provincial General Docente Riobamba Periodo Enero-Agosto Del 2013*, 1(006344), 80.
- Creswell, J. W. (2019). *Research Design Pendekatan Metode Kualitatif, Kuantitatif dan Campuran*. Pustaka Pelajar.
- D, M. (2011). *Teori Komunikasi Massa McQuail*. Salemba Medika.
- DH, S. B. (2012). *Manajemen Pemasaran Modern*. Liberty Offset.
- Dinar, O. :, Krismi, W., Ambarwati, D., & Psikologi, F. (n.d.). *Pola Asuh Orangtua Yang Memiliki Anak Berkebutuhan Khusus (Tunarungu) Di Boyolali*.
- Duli, N. (2019). *Metodologi Penelitian Kuantitatif: Beberapa Konsep Dasar Untuk Penulisan Skripsi & Analisis Data dengan SPSS*. Deepublish

Publisher. Budi Utama.

- Esha, M. I. (2010). *Menuju Pemikiran Filsafat*. UIN Maliki Press.
- Ghozali, I. (2006). *Aplikasi Analisis Multivariate dengan Program SPSS (Edisi Ke 4)*. Badan Penerbit Universitas Diponegoro.
- Hasan, M. I. (2002). *Pokok-Pokok Materi Metodologi Penelitian dan Aplikasinya*. Ghalia Indonesia.
- Hidayatun Nafiah. (2021). Penggunaan Media Sosial Dalam Kehidupan Sosial Oleh Santriwati Pondok Pesantren Universitas Islam Indonesia Dalam Perspektif Uses James Lull. *Skripsi Universitas Islam Indonesia*, 79. <https://dspace.uui.ac.id/handle/123456789/30437%0Ahttps://dspace.uui.ac.id/bitstream/handle/123456789/30437/17321052> Hidayatun Nafiah.pdf?sequence=1
- Indika, D. R., & Jovita, C. (2017). Media Sosial Instagram Sebagai Sarana Promosi Untuk Meningkatkan Minat Beli Konsumen. *Jurnal Bisnis Terapan*, 1(01), 25–32. <https://doi.org/10.24123/jbt.v1i01.296>
- Irawan. (2016). Paradigma keilmuan MPI-Jurnal-Irawan. *Manageria* , 1(2), 297.
- Irawan. (2019). *Filsafat Manajemen Pendidikan Islam*. Remaja Rosdakarya.
- Irawan, M. . (2022). Strategi Pemasaran Jasa Pendidikan Dalam Meningkatkan Minat Masyarakat (Studi kasus di MA Al Manar Tanjungtani Prambon Nganjuk) Diajukan. 2005–2003 ,8.5.2017 ,7787. <https://dataindonesia.id/sektor-riil/detail/angka-konsumsi-ikan-ri-naik-jadi-5648-kgkapita-pada-2022>
- Jamaliah Fitri. (2022). Pengaruh Pemasaran Berbasis Media Sosial, Sarana-Prasarana, Dan Brand Image Terhadap Keputusan Memilih Pondok Pesantren Se-Kecamatan Taman Sidoarjo. *Skripsi UIN Sunan Ampel Surabaya*.
- Kampani, P. et al. (n.d.). *Dalam Keputusan Pembelian Mobil (Studi pada Konsumen PT Astra International Tbk . – TSO Malang Sutoyo)*. 12(1), 1–8.
- Keegan, W. J. (1999). *Global Marketing Management*. Prentice Hall.
- Kotler, P., & Keller, K. L. (2016). *Marketing Managemen, 15th Edition*. PearsonEducation.

- Kotler, Philip & Keller, K. L. (2012). *Marketing Management jilid 1 edisi ke 12*. Erlangga.
- Kotler & Armstrong. (2014). *Buku Prinsip Prinsip Pemasaran*. Erlangga.
- Kotler & Keller. (2009). *Manajemen Pemasaran*. Erlangga.
- Kristiyono, D. (2016). Pengaruh marketing mix terhadap nilai konsekuensi dan dampaknya terhadap kepuasan pasien rawat inap rumah sakit umum di Malang. *EKONOMIKA45: Jurnal Ilmiah Manajemen, Ekonomi Bisnis, Kewirausahaan*, 3(2), 221–233.
<https://jurnaluniv45sby.ac.id/index.php/ekonomika/article/view/42>
- Kurniawan, I. B., Kurniawati, N. S. E., & Puniawan, I. M. E. (2021). Pengaruh Social Media Marketing Terhadap Minat Beli Mahasiswa Saat Pandemi Covid-19 Di Bali. *Juima: Jurnal Ilmu Manajemen*, 11(1), 15–28.
<https://doi.org/10.36733/juima.v11i1.2056>
- Marchellia, R. I. A. C., & Siahaan, C. (2022). Penggunaan Media Sosial Dalam Hubungan Pertemanan. *JISIP: Jurnal Ilmu Sosial Dan Ilmu Politik*, 11(1), 1–7. <https://doi.org/10.33366/jisip.v11i1.2357>
- Mohammad Zaenal Muttaqien, A. Z., & Ripai, A. (2023). Implementasi Pemasaran Digital di Pondok Pesantren Al-Multazam dalam Upaya Meningkatkan Minat Calon Peserta Didik. *JIEM (Journal of Islamic Education Management)*, 7(2), 206.
<https://doi.org/10.24235/jiem.v7i2.13678>
- Muadin, A. (2017). *Manajemen Pemasaran Pendidikan Pondok Pesantren Tahfidz Qur'an. Ta'allum: Jurnal Pendidikan Islam*.
<https://doi.org/10.21274/taalum.2017.5.2.293-308>
- Muhaimin. (2012). *Paradigma Pendidikan Islam*. Remaja Rosdakarya.
- Mulyani, Y. S. et al. (2022). *Pemanfaatan Media Sosial Tiktok Untuk Pemasaran Bisnis Digital Sebagai Media Promosi*. 11(1).
- Muzakki, F. D. P., & Andarini, S. (2024). Pengaruh Influencer Marketing dan Content Marketing Terhadap Brand Awareness Produk Avoskin (Studi pada Instagram @avoskinbeauty). *Jurnal Administrasi Bisnis (JAB)*, 14(1), 188–194.

- Nasrullah, R. (2017). *Media sosial perspektif komunikasi, budaya, dan sosioteknologi*.
- Nugraha, A. S., Suharjo, B., & Sahara, S. (2015). Efektivitas Promosi Terhadap Pengambilan Keputusan Pembelian Toko Ritel Produk Susu Cair Pt. Frisian Flag Indonesia. *Jurnal Aplikasi Bisnis Dan Manajemen*, 1(2), 88–97. <https://doi.org/10.17358/jabm.1.2.88>
- Nunnally&Bernstein. (1994). *Psychometric Theory, Edisi ke 3*. McGraw Hill.
- P. Ramadina, B. T. (2021). Strategi Marketing Pendidikan. *Jurnal Penelitian Kelas Dan Pengembangan Pembelajaran*, 4(1), 367–367.
- Pratiwi, K. W. (2022). Hubungan Antara Promosi dan Keputusan Santri Memilih Pondok Pesantren (Penelitian di Pondok Pesantren Kabupaten Bekasi. *Journal of Economic Perspectives*, 2(1), 1–4. <http://www.ifpri.org/themes/gssp/gssp.htm><http://files/171/Cardon> - 2008 - Coaching d'équipe.pdf<http://journal.um-surabaya.ac.id/index.php/JKM/article/view/2203><http://mpoc.org.my/malaysian-palm-oil-industry/><https://doi.org/10.1080/23322039.2017>
- Priyatno, D. (2013). *Analisis Korelasi, Regresi dan Multivariate dengan SPSS*. Gava Media.
- Priyatno, D. (2018). *SPSS Panduan Mudah Olah Data bagi Mahasiswa dan Umum*. Yogyakarta. ANDI (Anggota IKAPI).
- Prof.Dr.Sugiyono. (2013). *Metode penelitian kualitatif, kuantitatif dan R&D*. Alfabeta.
- Rahayu, E., & Hasanah, U. (2020). Sosial Media dan Pengaruhnya Terhadap Keputusan Mahasiswa Memilih STMIK Royal. *Journal of Science and Social Research*, 4307(1), 33–40. <http://jurnal.goretanpena.com/index.php/JSSR>
- Ridwan, M., Delima, I. D., & Salsabil, L. S. (2023). Pengaruh Media Sosial terhadap Keputusan Memilih UNIS sebagai Tempat Kuliah Tahun 2022/2023. *Jurnal J Sikom*, 4(1), 62–72.
- Rudi Kurniawan. (2019). Pengaruh Iklan di Media Sosial Terhadap Keputusan Peserta Didik Dalam Memilih Kampus LP3I (Survey Pada Mahasiswa

- Kampus LP3I Tasikmalaya, Karawang dan Cirebon). *ATRABIS: Jurnal Administrasi Bisnis (e-Journal)*, 5(2), 1–15.
<https://doi.org/10.38204/atrabis.v5i2.241>
- Saputri, N. M. (2022). Pengaruh Media Sosial Sebagai Alat Promosi Terhadap Minat Peserta Didik Di Madrasah Aliyah Negeri Kendal. *Skripsi Universitas Islam Negeri Walisongo Semarang*, 1.
<https://ijc.ilearning.co/index.php/TMJ/article/view/2054%0Ahttps://ijc.ilearning.co/index.php/TMJ/article/download/2054/717>
- Shafita, R. (2018). *Studi Deskriptif Kuantitatif Hubungan Antara Promosi Melalui Media Sosial Instagram Dengan Minat Wisatawan Terhadap Pariwisata di Yogyakarta Studi Kasus di PT. BKS Tour & Travel*.
- Shihab, M. Q. (2008). *Bisnis Sukses Dunia Akhirat: Berbisnis Dengan Allah*. Lentera Hati Group.
- Sholikah, L., & Anwari. (2023). Perilaku Bermedia Sosial Pada Santri Mahasiswa Pondok Pesantren Al-Istiqomah Cukir Diwek Jombang Jawa Timur. *Spektra Komunika*, 2(1), 86–101. <https://doi.org/10.33752/v2i1.3731>
- Solis, B. (2011). *Enggage*.
- Sudjana, N. (2013). *Dasar-dasar Proses Belajar Mengajar*. Sinar Baru Algesindo.
- Sugiono. (2015). *Metode Penelitian Pendidikan*. Alfabeta.
- Sugiyono. (2019). *Metodelogi Penelitian Kuantitatif dan Kualitatif Dan R&D*. Alfabeta.
- Sugiyono, P. D. (2017). *Metode penelitian kuantitatif, kualitatif, dan R&D*. Alfabeta.
- Suryana, Y. (2015). *Metode penelitian manajemen pendidikan*. Pustaka Setia.
- Syahbani, M. F., & Widodo, A. (2017). Food Blogger Instagram: Promotion Through Social Media. *Jurnal Ecodemica: Jurnal Ekonomi, Manajemen, Dan Bisnis*, 1(1), 46–58.
<https://ejournal.bsi.ac.id/ejurnal/index.php/ecodemica/article/view/1426/pdf>
- Trinoto, A. A. (2019). Efektifitas Media Sosial sebagai Alat Promosi pada Sekolah Menengah Kejuruan di Bekasi. *STRING (Satuan Tulisan Riset Dan Inovasi Teknologi)*, 3(3), 231. <https://doi.org/10.30998/string.v3i3.3580>

- Utari, P. (2011). Perspektif Tujuh Tradisi dalam Teori Komunikasi. *Jurnal Komunikasi Massa*, 4(2), 1–13.
- Warpindyastuti, L. D., & Sulistyawati, M. E. S. (2018). Pemanfaatan Teknologi Internet Menggunakan Media Sosial sebagai Sarana Penyebaran Informasi dan Promosi pada MIN 18 Jakarta. *Widya Cipta*, 2(1), 91–95.
- Wijaya, A. (2016). *Aspek Hukum Bisnis Transportasi Jalan Online*. Sinar Grafika.
- Yasin, M. (2022). *Implementasi Strategi Bauran Pemasaran Jasa Pendidikan Di Sdit Sabilul Huda Kota Cirebon*. <https://repository.syekhnujati.ac.id/9978/>
- Yazid. (1999). *Pemasaran Jasa, Konsep, dan Implementasi*. Edisi 1. Cetakan Pertama. *Ekonosia*. Fakultas Ekonomi UII.
- Yuniarti, D. (2023). *Pengaruh Bauran Pemasaran Dan Perilaku Konsumen Terhadap Keputusan Orang Tua Siswa Memilih Sekolah Di MTS DAN MA PEMBANGUNAN UIN JAKARTA*. 1–14. <https://www.ncbi.nlm.nih.gov/books/NBK558907/>
- Yuniarti, V. S. (2015). *Perilaku Konsumen Teori dan Praktik*. Pustaka Setia.

