

## DAFTAR PUSTAKA

- Amalia, A., Kiswati Zaini, O., Hidajati Ramdani, S., & Sianturi, A. M. (2020). ANALISIS STRATEGI PEMASARAN PEMILIHAN SEKOLAH MENENGAH PERTAMA DI KECAMATAN PURWAKARTA (Studi Kasus SMP full day Al-Muhajirin Purwakarta). *Jurnal Fakultas Ekonomi Dan Bisnis*, 1–19.
- Anggito, A., & Setiawan, J. (2018). *Metodelogi Penelitian Kualitatif* (E. D. Lestari, Ed.). CV Jejak.  
<https://play.google.com/books/reader?id=59V8DwAAQBAJ&pg=GBS.PA2&hl=id>
- Anjelin, C., & Wahyuni, I. I. (2018). Strategi Komunikasi Pemasaran Terpadu Bandung Makuta Cake Dengan Menggunakan IMC Model Dwi Sapta. *Communication*, 9(1), 73. <https://doi.org/10.36080/comm.v9i1.622>
- Bachtiar. (2021). *Mendesain Penelitian Hukum* (Cetakan Pe). Deepublish.
- Darwin. (2022). *5 Tahapan Perencanaan Strategi Pemasaran Yang Tepat*. Julo.  
<https://www.julo.co.id/blog/perencanaan-strategi-pemasaran>
- Fathurrochman, I., Endang, E., Bastian, D., Ameliya, M., & Suryani, A. (2021). Strategi Pemasaran Jasa Pendidikan Dalam Meningkatkan Nilai Jual Madrasah Aliyah Riyadus Sholihin Musirawas. *Jurnal Isema : Islamic Educational Management*, 6(1), 1–12. <https://doi.org/10.15575/isema.v6i1.9471>
- Indriani, E. (2017). “Strategi Komunikasi Pemasaran Terpadu Untuk Meningkatkan Ekuitas Merek Solopos.” *Ilmu Komunikasi*, 1, 5–26.
- kompasiana. (2022). *Apa yang Menjadi Keunggulan SMK*.  
<https://www.kompasiana.com/jemi080211/62425db7bb4486360a4c9202/apa-yang-menjadi-keunggulan-smk>
- Kotler, P., & Keller, K. L. (2013). *Marketing Management* (Edition-14). Pearson Education, Inc.
- Kusniadji, S., & Tarumanagara, U. (2016). Strategi Komunikasi Pemasaran Dalam Kegiatan Pemasaran Produk Consumer Goods ( Studi Kasus Pada PT Expand Berlian Mulia Di Semarang ). *Jurnal Komunikasi*, 8, 83–98.
- Laura, A. (2018). *Implementasi Model AISAS Pada Payment Gateway Fasapay Dalam Menjangkau Marchant dan Konsumen Di Yogyakarta*. Universitas Mercu Buana Yogyakarta.

- Mulyadi, M. (2013). Penelitian Kuantitatif Dan Kualitatif Serta Pemikiran Dasar Menggabungkannya. *Jurnal Studi Komunikasi Dan Media*, 15(1), 128. <https://doi.org/10.31445/jskm.2011.150106>
- Munarsih, M., Akbar, M. F., & Sudarsono, A. (2020). Pengaruh Promosi Terhadap Keputusan Memilih Sekolah Pada Orangtua Siswa Sdit Bina Cendekia – Depok. *Jurnal Ekonomi Efektif*, 2(3), 407–414. <https://doi.org/10.32493/jee.v2i3.6804>
- Muslim. (2016). Varian-Varian Paradigma, Pendekatan, Metode, dan Jenis Penelitian dalam Ilmu Komunikasi. *Wahana*, 1, No.10(10), 77–85.
- Nisak, Z. (2004). Analisis Swot Untuk Menentukan Strategi Kompetitif. *Jurnal Ekbis*, 1–8. [https://d1wqtxts1xzle7.cloudfront.net/50582994/4-libre.pdf?1480304783=&response-content-disposition=inline%3B+filename%3DANALISIS\\_SWOT\\_UNTUK\\_MENENTUKAN\\_STRATEGI.pdf&Expires=1680678148&Signature=NJwmzOiQD AT7IW1Uz6fMQ1ZsN3bzcRPPEiFfDsTFfNkE3SjbO4flBHUO6S9Kw](https://d1wqtxts1xzle7.cloudfront.net/50582994/4-libre.pdf?1480304783=&response-content-disposition=inline%3B+filename%3DANALISIS_SWOT_UNTUK_MENENTUKAN_STRATEGI.pdf&Expires=1680678148&Signature=NJwmzOiQD AT7IW1Uz6fMQ1ZsN3bzcRPPEiFfDsTFfNkE3SjbO4flBHUO6S9Kw)
- Nugrahani, F. (2014). Metode Penelitian Kualitatif Dalam Penelitian Pendidikan Bahasa. In *Cakra book* (Vol. 1, Issue 1).
- Oktaviani, J. (2018). Communication Mix terhadap keputusan pembelian. In *Jurnal Komunikasi* (Vol. 51, Issue 1). <http://repository.ump.ac.id/id/eprint/7728>
- Rahardi, P. (2017). *STRATEGI KOMUNIKASI PEMASARAN TERPADU (Studi Deskriptif Kualitatif Mengenai Aktivitas Komunikasi Pemasaran Terpadu Kafe GULO JOWO Di Kota Solo)* (Issue December). Universitas Muhammadiyah Surakarta.
- Rahardjo, M. (2010). *Triangulasi dalam Penelitian Kualitatif*. Uin-Malang. <https://uin-malang.ac.id/r/101001/triangulasi-dalam-penelitian-kualitatif.html>
- Rahima, I., Junaedi, D., & Evinovita, E. (2021). Strategi Pemasaran Online pada Masa Pandemi Covid-19 Dalam Penerimaan Peserta Didik di SMK Al Hafidz Leuwiliang Bogor. *VISA: Journal of Vision and Ideas*, 1(2), 78–100. <https://doi.org/10.47467/visa.v1i1.758>
- Rahmawati, H. D. (2018). *Implementasi Internet Marketing Cera Production Jogja Dalam Meningkatkan Jumlah Client Tahun 2016-2017*. Universitas Mercu Buana Yogyakarta.
- Rustandi Kartawinata, B., Wardhana, A., & Kartawinata, B. R. (2015). Marketing Strategies and Their Impact on Marketing Performance of Indonesian Ship Classification Society. In *Article in International Journal of Science and Research* (Vol. 4). <https://www.researchgate.net/publication/327069490>

- Saleh, Yusuf. Said, M. (2019). *Konsep dan Strategi Pemasaran* (Sobirin, Ed.; Cet-1). Sah Media.  
[https://www.google.co.id/books/edition/Konsep\\_dan\\_Strategi\\_Pemasaran/pZu-DwAAQBAJ?hl=id&gbpv=1](https://www.google.co.id/books/edition/Konsep_dan_Strategi_Pemasaran/pZu-DwAAQBAJ?hl=id&gbpv=1)
- Saputri Fritriani, S. A. (2017). *EVALUASI STRATEGI PROMOSI SEKOLAH PGRI I SALATIGA*. December.
- smktamhar.sch.id. (2015). *Prestasi Sekolah*. Hadi, Fadhlika.  
<https://smktamhar.sch.id/s.id/halaman/detail/prestasi-sekolah>
- Soemanegara, R. (2012). *Strategi Marketing Communication*. XIV(1), 87–109.
- Tirtayasa, S., Nadra, I., & Khair, H. (2021). Strategi Pemasaran Terhadap Peningkatan Kinerja UMKM dimoderasi Teknologi pada masa Pandemi Covid-19 The Effect of Marketing Strategy on Improving SMEs Performance is moderated by Technology during the Covid-19 Pandemic. *Jurnal Ilmiah Manajemen Dan Bisnis*, 22(2), 20371.  
<https://doi.org/10.30596/jimb.v22i2.7395>
- YANI, A. (2018). PENGELOLAAN KOMUNIKASI DAN PROMOSI SEKOLAH UNTUK MENGETAHUI PERSEPSI ORANG TUA DALAM MEMILIH SEKOLAH DASAR. *Pekobis : Jurnal Pendidikan, Ekonomi, Dan Bisnis*, 3(2), 49. <https://doi.org/10.32493/pekobis.v3i2.P49-59.2044>