

DAFTAR PUSTAKA

- Afkarina, N. I. (2018). Komunikasi Humas dalam Membentuk Public Opinion Lembaga Pendidikan. *Jurnal Idaarah*, 2 (1), 50-63.
- Aaker, D. A. (1991). *Managing Brand Equity: Capitalizing on th Value of a Brand Name*. New York: The Free Press.
- Astuti, I. F., K. D. M, dan Febriani, A. (2014). Sistem Informasi Penerimaan Siswa Baru Sekolah Menengah Pertama Berbasis Web (Studi Kasus Kabupaten Kutai Kartanegara). *Jurnal Informatika Mulawarman*, 9 (2), 35-40.
- Bogdan dan Taylor. (2010). Dalam Moleong, J. dan Lexy (1989). *Metodologi Penelitian Kualitatif*. Bandung: Remadja Karya.
- Chayadi, S. A., dan Sudarto, R. L. (2021). Strategi Marketing Public Relations Kopi Kenangan dalam Membangun Brand Awareness. 5 (1), 175-183.
- Durianto, D. S dan Sitinjak, T. (2004). *Strategi Menaklukan Pasar Melalui Riset Ekuitas dan Perilaku Merek*. Jakarta: PT. Gramedia Pustaka Utama.
- Dinas Pendidikan Kabupaten Mojokerto. (2017). Sekolah Menengah Pertama. [https://dispendik.mojokerto.go.id/sekolah-menengah-pertama/\[28/12/2022\]](https://dispendik.mojokerto.go.id/sekolah-menengah-pertama/[28/12/2022]).
- Efferi, A. (2019). Strategi Rekrutmen Peserta Didik Baru Untuk Meningkatkan Keunggulan Kompetitif di MA Nahdlotul Muslimin Undaan Kudus. *Jurnal Penelitian Pendidikan Islam*, 14(1), 25–48.
- Effendy, A. A. A. dan Sunarsi, D. (2020). Persepsi Mahasiswa Terhadap Kemampuan Dalam Mendirikan UMKM dan Efektivitas Promosi Melalui Online di Kota Tangerang Selatan. *JIMEA: Jurnal Ilmiah MEA (Manajemen, dan Akutansi)*. 4 (3), 2020.
- Fadhallah. (2021). *Wawancara*. Jakarta: UNJ PRESS

- Harris, T. L. (1991). *The Marketer's Guide to Public Relation*. New York: Jhon Wiley and Son. Inc.
- Hamzah. (2020). Generasi Rabbani: Pesan Dakwah Ustadz Jefri Al-Bukhari di TV One. *Tasamuh: Jurnal Studi Islam*, 12(1), 224–252.
- Hamzah, B. U., dan Nina, L. (2013). *Desain Pembelajaran Referensi Penting untuk Para Guru, Dosen, Mahasiswa, Tutor Kursus, dan Trainer Pelatihan*, Bandung: Mqs Publishing.
- Hutagalung, M. A. K. (2016). Analisa Pembiayaan Gadai Emas di PT. Bank Syari'ah Mandiri KCP Setia Budi. 1 (1), 116-126.
- Handayani, Desy, Kartajaya, H., Andrizal, Darmaja, A., Nasution, R. F., dan Ridwansyah, A. (2010). *Brand Operation*. Jakarta: Esensi Erlangga Group.
- Jefkins, F. (2004), *Public Relations*. Jakarta: Erlangga.
- Kotler dan Keller, (2012), *Manajemen Pemasaran, Edisi 12*. Jakarta: Erlangga.
- Kotler, dan Keller, K. L. (2009). *Manajemen Pemasaran, Edisi ke 13*. Jakarta: Erlangga.
- Kompas.com. (2022). Sejarah Universitas Al-Azhar Mesir. [https://www.kompas.com/stori/read/2022/04/04/180000679/sejarah-universitas-al-azhar-mesir?page=all#page2\[9/7/2023\]](https://www.kompas.com/stori/read/2022/04/04/180000679/sejarah-universitas-al-azhar-mesir?page=all#page2[9/7/2023]).
- Morrison, A. dkk. (2017). *Metode Penelitian Survei*. Jakarta: Kencana.
- Nurochim. (2016). Sekolah Berbasis Pesantren Sebagai Salah Satu Model Pendidikan Islam dalam Konsepsi Perubahan Sosial. *Jurnal Al-Tahrir*. 16 (1), 69-88.
- Octavianti dan Meria. (2012). Menumbuhkan Kesadaran Merek Produk Melalui Media Sosial (Studi Kasus Mengenai Optimalisasi Penggunaan “Twitter”

Sebagai Upaya Menumbuhkan Kesadaran Merek Maicih “Keripik Singkong Pedas Asli Kota Bandung). *Jurnal Ilmu Komunikasi*. 2 (2), 179-194.

Rachmadi, F. (1994). *Public Relations dalam teori dan praktek*, Jakarta : Galamedia Pustaka Utama.

Rukajat, A. (2018). *Pendekatan Penelitian Kuantitatif: Quantitative Research Approach*. Yogyakarta: Deepublish.

Rini, G., dan Marlina, E. (2020). Studi Mengenai Brand Awareness Online Marketplace. *Fokus Bisnis: Akutansi*. 19 (2), 96-106.

Saksono, E. H. dan Rahayunianto, A. (2018). *The Influence of Brand Equity Against Trust in Brand Users of Services Transportation Ojek Online Go-Jek*. *Jurnal Lontar*. 6 (1), 22-23.

Saputra, W., dan Nasrullah, R. (2011). *Teori dan Praktik Public Relations di Era Cyber*, Jakarta: Gramata Publicshing.

Sugiyono. (2017). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D*. Bandung: Alfabeta, CV.

Sondak, S. H., Taroreh, R. N. dan Uhing, Y. (2019). Faktor-Faktor Loyalitas Pegawai di Dinas Pendidikan Daerah Provinsi Sulawesi Utara. 7 (1), 671-680.

Suwarno. (2011). *Pengantar Umum Pendidikan*, Jakarta: Alfabeta.

Simamora, B. (2001). *Memenangkan Pasar dengan Pemasaran Efektif dan Profitable, Edisi Pertama*. Jakarta: PT. Gramedia Pustaka Utama.

Sitinjak, T. (2004). *Model Matriks Konsumen*. Jakarta: Gramedia.

Santoso, P. Y., dan Toruan, R. R. M. L (2018). Strategi Marketing Public Relations dalam Rebranding HSBC Indonesia Untuk Membentuk Brand Awareness. 1 (1), 1-14.

- Sartika, R. (2021). Strategi Marketing Public Relations Scarf Magazine Dalam Meningkatkan Brand Awareness. *Jurnal Public Relation-JPR*, 2 (1), 72-76.
- Sari, W. P., dan Soegiarto, A. (2019). Fungsi Humas di Lembaga Pendidikan. *Jurnal Communicology*, 7 (1), 47-64.
- Wiwitan, T., dan Yulianita (2017). 'Strategi Marketing Public Relations' Perguruan Tinggi Islam Swasta : Peluang dan Tantangan di Era MEA. *MediaTor*, 10 (1), 1-10.