

## DAFTAR PUSTAKA

- Agustina. *Manajemen Pemasaran*. Malang: Brawijaya Press, 2011.
- Anoraga, Pandji. *Manajemen Bisnis*. Jakarta: Rineka Cipta, 2009.
- Asmani, Jamal Ma'ruf. *Manajemen Efektif Marketing Sekolah*. Yogyakarta: Diva Press, 2015.
- Basuki, Sulistiyo. *Metode Penelitian*. Jakarta: Prenada Media, 2010.
- Creswell, John W. *Research Design: Pendekatan Kualitatif, Kuantitatif Dan Mixed*. Yogyakarta: Pustaka Belajar, 2010.
- Daryanto. *Manajemen Pendidikan*. Bandung: Satu Nusa, 2011.
- DH, Swasta. *Manajemen Pemasaran Analisa Perilaku Pelanggan*. Yogyakarta: Erlangga, 1987.
- Ferrinadewi, Ema. *Merek Dan Psikologi Konsumen*. Yogyakarta: graga ilmu, 2008.
- Gunawan, Imam. *Manajemen Pendidikan Suatu Pengantar Praktik*. Bandung: Alfabeta, 2017.
- Hasibuan, Melayu S.P. *Manajemen Dasar, Pengertian, Dan Masalah*. Jakarta: Bumi Aksara, 2016.
- John, Mowen, and M. Minor. *Perilaku Pelanggan*. Jakarta: Erlangga, 1998.
- Muhaimin. *Aplikasinya Dalam Penyusunan Rencana Pengembangan Sekolah Madrasah*. Jakarta: Kencana, 2010.
- Nasir, Moh. *Metode Penelitian*. Jakarta: Ghalia Indonesia, n.d.
- Pemerintah. *Peraturan Pemerintah Republic Indonesia Nomor 47 Dan 48 Tentang Wajib Belajar Dan Pendanaan Pendidikan*. Jakarta: Novindo Pustaka Mandiri, 2008.
- Putri, Debi Ika. *Brand Marketing*. Bandung: Erlangga, 2011.
- Riduwan. *Skala Pengukuran Variabel-Variabel Penelitian*. Bandung: Alfabeta, 2013.
- Rochaeti, Prima Gusti Yanti Eti, and Pontjorini Rahayu Ningsih. *Sistem Informasi Manajemen Pendidikan*. Jakarta: Bumi Aksara, 2005.

- Siswanto. *Dasar-Dasar Manajemen*. Jakarta: Ghalia Indonesia, 2005.
- Sugiyono. *Metode Penelitian Kombinasi (Mix Methods)*. Bandung: Alfabeta, 2012.
- Tjiptono, Fandy. *Pemasaran Jasa- Prinsip, Penerapan, Dan Penelitian*. Yogyakarta: Andi Offset, 2014.
- Kotler, Philip. *Manajemen Pemasaran, Prenhallindo*. Jakarta: 2002.
- Suyanto, M. *Marketing Strategy Top Brand Indonesia*, Yogyakarta: Andi, 2007.
- Kotler, Philip dan Keller, *Manajemen Pemasaran Jilid I*, Jakarta: Erlangga, 2016.
- Kotler, Philip” Marketing Manajement”, *15th Edition New Jersey: Pearson Pretice Hall, Inc*, 2017.
- Adiwidjaja, Adrian Junio, and Zeplin Jiwa Husada Tarigan. “Pengaruh Brand Image Dan Brand Trust Terhadap Keputusan Pembelian Sepatu Converse.” *AGORA* 5 No. 3 (2017). <https://www.neliti.com/id/publications/135090/pengaruh-brand-image-dan-brand-trust-terhadap-keputusan-pembelian-sepatu-convers>.
- Alvin. “Pengaruh Green Perceived Value, Green Product Innovation, Green Self Identity, Brand Credibility Terhadap Green Purchase Intention Melalui Green Brand Equity Pada Produk Skin-Care Korea Di Indonesia. Jurnal Manajemen Bisnis Dan Kewirausahaan.” *Jurnal Manajemen Bisnis Dan Kewirausahaan* 2 NO. 6 (2019). <https://journal.untar.ac.id/index.php/jmbk/article/view/4906>.
- Andreas. “Penerapan Strategi Promosi Dalam Pemasaran Jasa Pendidikan Di Masa Pandemi Covid-19.” *IAHN-TP Palangkaraya*, 2021. <https://prosiding.iahntp.ac.id/index.php/seminar-nasional/article/view/170>.
- Bilgin, Yusuf. “The Effect Of Social Media Marketing Activities On Brand Awareness, Brand Image And Brand Loyalty.” *Business & Management Studies: An International Journal* 6 (2018). <https://www.bmij.org/index.php/1/article/view/839.1>.
- Brucks, Zeithaml, and Naylor.M. “The Effect Of Store Name. Brand Name. And Price Discounts On Consumers’ Evaluations And Purchase Intentions.” *Journal Of Retailing* 74 nO. 3 (2018). <https://www.sciencedirect.com/science/article/pii/S0022435999800992>.
- Camiciottoli, B. C., S. Ranfagni, and S. Guercini. “Exploring Brand Associations: An Innovative Methodological Approach.” *European Journal Of Marketing* 48 no 5 (2013). <https://www.emerald.com/insight/content/doi/10.1108/EJM-12-2011-0770/full/html>.

- Dipitasari. “Pengaruh Marketing Public Relation, Brand Image, Dan Kepercayaan Merek Terhadap Loyalitas Pelanggan JNE DiPonorogo.” *IAIN Ponorogo* 7 (2018). <http://etheses.iainponorogo.ac.id/16149/>.
- Fathurrochman, Irwan. “Manajemen Brand Trust Dalam Meningkatkan Nilai Jual Madrasah Aliyah Riyadus Sholihin Musirawas.” *Isema* 6 No. 1 (2021). <https://journal.uinsgd.ac.id/index.php/isema/article/view/9471/5705>.
- Fornell, C. . “The American Customer Satisfaction Index: Nature, Purpose, And Findings.” *Journal Of Marketing* 60 NO. 5 (2018). <https://www.jstor.org/stable/1251898>.
- Ghofar, Abdul. “Manajemen Dalam Islam (Perspektif Al-Qur’an Da Hadist.” *STAI AT-Taqwa* 1 (2019). <https://media.neliti.com/media/publications/290449-manajemen-dalam-islam-perspektif-al-qura-ebacc34e.pdf>.
- Juari, Rohmad. “Pengaruh Kepercayaan Merek Pada Pembentukan Loyalitas Merek Apple Di Yogyakarta.” *Jurnal UMY* 07 nO. 2 (n.d.). <https://journal.umy.ac.id/index.php/bti/article/view/2410>.
- Khotimah, Khusnul. “Manajemen Sarana Dan Prasarana Laboratorium Dalam Meningkatkan Mutu Pembelajaran Di Mts Negeri Brangsong Kendal.” Universitas Islam Negeri Walisongo Semarang, 2016. <https://eprints.walisongo.ac.id/6015/1/093311017.pdf>.
- Kusumajay, Agus, and Hatane Samuel. “Pengaruh Kesadaran Merek Dan Kepercayaan Merek Terhadap Loyalitas Pelanggan Wiinston Indonesia, Jurnal Manajemen Pemasaran.” *Jurnal Manajemen Pemasaran* 2 No. 1 (2021). <https://media.neliti.com/media/publications/133032-ID-pengaruh-kesadaran-merek-dan-kepercayaan.pdf>.
- Mudzakir, Mohammad fakhruddin, and Iva Nurdiana Nurfarida. “The Influence of Brand Awareness on Brand Trust Through Brand Image.” *Proceeding International Conferene on Accounting, Business & Economics* 1 (2015). [https://repository.unikama.ac.id/1760/1/Artikel UII Fakhruddin dan Iva.pdf](https://repository.unikama.ac.id/1760/1/Artikel%20UII%20Fakhruddin%20dan%20Iva.pdf).
- Ningsih, Idarwati. “Strategi Manajemen Humas Dalam Meningkatkan Citra Sekolah Di SMPN 1 Tellu Siattinge.” *Mappesona* 5 No. 1 (2022). <https://jurnal.iain-bone.ac.id/index.php/mappesona/article/view/2495/0>.
- Prayoga, Yudi, and Muhammad Yasir Arafat Pohan. “Menguji Pengaruh Pengalaman Positif, Persepsi Kualitas Dan Kepercayaan, Jurnal Manajemen Dan Sains.” *Jurnal Manajemen Dan Sains* 4 nO. 3 (2019). <http://jmas.unbari.ac.id/index.php/jmas/article/view/393>.
- Rafiq, Muhammad. “Pengaruh Kepercayaan Konsumen Pada Merek Terhadap

- Loyalitas Merek.” *Optimal* 3 No. 1 (2009).  
<https://www.neliti.com/id/publications/4433/pengaruh-kepercayaan-konsumen-pada-merek-terhadap-loyalitas-merek>.
- Rizan, M., B. Saidani, and & Sari Y. “Pengaruh Brand Image Dan Brand Trust Terhadap Brand Loyalty The Botol Sosro.” *Jurnal Riset Manajemen Sains Indonesia* 2 (2012).  
<https://journal.unj.ac.id/unj/index.php/jrmsi/article/view/772>.
- Sasongko, Sambodo Rio. “Faktor-Faktor Kepuasan Pelanggan Dan Loyalitas Pelanggan (Literature Review Manajemen Pemasaran).” *Jurnal Ilmu Manajemen Terapan*, 2021. <https://dinastirev.org/JIMT/article/view/707>.
- Sudirman, Acai. “Brand Marketing: The Art of Branding.” *Media Sains Indonesia* 1 (2022). <https://eprints.unmas.ac.id/2937/1/3>. Buku Book Chapter - BRAND MARKETING THE ART OF BRANDING %281%29.pdf.
- Tjahyadi, Rully Arlan. “Brand Trust Dalam Konteks Loyalitas Merek: Peran Karakteristik Merek, Karakteristik Perusahaan, Dan Karakteristik Hubungan Pelanggan-Merek.” *Manajemen* 6 No. 1 (2006).  
<https://journal.maranatha.edu/index.php/jmm/article/view/226>.
- Wulansari, Anette. “Pengaruh Brand Trust Dan Perceived Quality Terhadap Keputusan Pembelian Ulang Produk Sari Roti.” *UNESA* 7 no. 1 (2019).  
<https://ejournal.unesa.ac.id/index.php/jim/article/view/2967/5811>.
- Yousaf, Anish, Abhishek Misha, and Makhmoor Bashir. “Brand Trust, Institutional Commitment, And Their Impact On Student Lotalty.” *INTERNATIONAL JOURNAL* 45 NO. 4 (2012).  
<https://www.tandfonline.com/doi/full/10.1080/03075079.2018.1558441>.