

## DAFTAR PUSTAKA

- Aaker, D. A. (1996). *Building strong brands*. Free Press
- Andayani, K. V., & Suherman, H. (2022). Analisis Faktor-Faktor yang Mempengaruhi Keputusan Orang Tua Memilih Sekolah Menengah Atas (Studi Kasus di Wilayah Kota Tangerang Selatan). *Jurnal Ilmiah Swara Manajemen*. <https://doi.org/10.32493/jism.v3i4>
- Aurellia, R. Z., Anatasya, W., N, R. H., & Kusumasari, I. R. (2024). Teori Pengambilan Keputusan. *Jurnal Komunikasi, Sosial dan Ilmu Politik*. <https://jurnal.kolibi.org/index.php/retorika/article/view/4005>
- Bowo, A. N. A., Paryanto, P., & Iqbal, M. (2023). Pengaruh Media Sosial Instagram terhadap Gaya Hidup Mahasiswa. *Jurnal Ilmu Manajemen dan Pendidikan*. <https://doi.org/10.30872/jimpian.v3i1.2249>
- Clarisa & Azwar. (2024). Strategi Branding Citilink Indonesia di Media Sosial Instagram Dalam Meningkatkan Citra Perusahaan. *Jurnal Manajemen Pendidikan dan Ilmu Sosial*. <https://doi.org/10.38035/jmpis.v5i6>
- Ela, H. M., Abd. Rahman, N. H., & Chotimah, N. (2021). Pengaruh lokasi sekolah terhadap keputusan calon siswa dalam pemilihan SMAK St. PETRUS Kewapante. *Jurnal Ekonomi, Sosial & Humaniora*. <https://www.jurnalintelektiva.com/index.php/jurnal/article/download/617/469>
- Fakhrudin, A., Yudianto, K., & Transportasi, M. (2021). Pengaruh *brand equity* (ekuitas merek) maskapai garuda indonesia terhadap loyalitas penumpang. *Jurnal Fakultas Ekonomi Bisnis*. <http://journal.feb.unmul.ac.id/index.php/inovasi>
- Farasonalia, R., & Arief, T. M. V. (2020, Juli 7). Sepi Pendaftar SMA Swasta di Semarang, Stop Terima Siswa Baru. *Kompas.com*. <https://regional.kompas.com/read/2020/07/07/09134171/sepi-pendaftar-sma-swasta-di-semarang-stop-terima-siswa-baru?page=all>
- GoodStats. (2024, 6 Februari). Inilah media sosial paling sering dipakai di Indonesia. *GoodStats*. <https://goodstats.id/article/inilah-media-sosial-paling-sering-dipakai-di-indonesia-Pdyt0>
- GoodStats. (2024, Juli 1). Inilah media sosial yang paling sering dipakai di Indonesia. *GoodStats*. <https://goodstats.id/article/inilah-media-sosial-paling-sering-dipakai-di-indonesia-Pdyt0>
- GoodStats. (2025, Mei 13). Indonesia Digital Report 2025: Instagram. *GoodStats*. <https://goodstats.id/publication/indonesia-digital-report-2025-instagram-xQpqi>
- Griffin, E. M., Ledbetter, A., & Sparks, G. (2019). *A First Look at Communication Theory*.

- Irawan, B., Handayani, N., Sujatna, Y., Pratiwi, A. D., Guru, P., Dasar, S., & Ahmad, J. K. H. (2023). Faktor pemilihan jenjang pendidikan dasar oleh orang tua di era Society 5.0 pada warga Cinangka, Depok. *Jurnal Pendidikan Anak Usia Dini*. <https://doi.org/10.24853/yby.7.1.82-93>
- Islami, M. M. (2022). Pengaruh *Brand equity* Terhadap Keputusan Pembelian Produk Mobil Toyota. *Jurnal Ilmu Ekonomi*. <https://doi.org/10.57178/paradoks.v5i2.319>
- Jaya, I. M. L. M. (2025). *Metode penelitian kuantitatif dan kualitatif: Teori, penerapan, dan riset nyata*. Quadrant.
- Kotler, P., & Keller, K. L. (2016). *Marketing management* (15th ed.). Pearson.
- Kristanto, D., & Santoso, R. A. (2025). Pengaruh Lokasi dan Fasilitas Sekolah terhadap Keputusan Pemilihan Sekolah yang Dimediasi Promosi pada Sekolah Menengah Atas Muhammadiyah 8 Gresik. *Jurnal Ilmu Ekonomi*. <https://doi.org/10.57178/paradoks.v8i2.1152>
- Kristiyono, Y. R., & Tiatira, D. C. (2022). Pengaruh *Brand equity* terhadap Brand Trust Dimediasi oleh Brand Reputation dan Media Sosial sebagai Variabel Moderasi pada Konsumen McDonald's. *Jurnal Manajemen*. <https://doi.org/10.25170/jm.v19i1.3057>
- Maulana & Zidan, M. (2025). Pengaruh Pemasaran Jasa Pendidikan terhadap Brand Image di SDN 006 Teluk Pandan. *Jurnal Yudistira : Publikasi Riset Ilmu Pendidikan dan Bahasa*. <https://doi.org/10.61132/yudistira.v3i3.2055>
- Nadia, E., Fadhilah, M., & Cahya, A. D. (2025). The Effect of Brand Experience and Perceived Value on Customer Loyalty Mediated by Customer Satisfaction on Wardah Skincare. *Equity: Jurnal Ekonomi*. <https://doi.org/10.33019/equity.v13i2.448>
- Permatasari, R., & Rasyid, A. (2025). Strategi Pemasaran Digital Merek Azarine pada Media Sosial Instagram dalam Membangun Loyalitas Merek. *Jurnal Ilmu Komunikasi*. <https://doi.org/10.21831/lektur.v8i2.23770>
- Prawira, I. W., & Warmika, I. G. K. (2025). Peran Brand Trust Memediasi Pengaruh Social Media Marketing Terhadap Purchase Decision pada TikTok Shop. *Jurnal Manajemen*. <https://doi.org/10.24843/ejmunud.2025.v14.i8.p05>
- Putranto, F. S., & Erdiansyah, R. (2022). Pengaruh Penggunaan Media Sosial dan Efektivitas Akun Instagram @bogoreatery Terhadap Pemenuhan Kebutuhan Informasi Konsumen Wisata Kuliner di Bogor. *Jurnal Ilmu Komunikasi*. <https://doi.org/10.24912/kn.v6i1.15745>
- Saragih, M. A., Sinambela, N., Hanifah, N., Khairani, A., Clearinkris, J., Siregar, O. M., & Siregar, A. M. (2024). Analisis Pengaruh *Brand equity* dan Content Marketing Melalui Media Sosial Terhadap Keputusan Pembelian Produk Wardah di Kota Medan. *Jurnal Ilmu Ekonomi dan Manajemen*. <https://doi.org/10.61492/cantaka.v2i1.129>
- sedesku\_official. (2022, November). *Profil Instagram*. [https://www.instagram.com/sedesku\\_official/](https://www.instagram.com/sedesku_official/)

- Similarweb Ltd. (2025, 2 November). *Social – apps ranking in Indonesia*. *Similiarweb*. <https://www.similarweb.com/top-apps/google/indonesia/social/>
- Smasedes-smg, (2025, 18 Desember). *Nilai Dasar dan Tujuan*. <https://smasedes-smg.sch.id/nilai-dasar-dan-tujuan-2/>
- Sugiyono. (2024). *Metode Penelitian: Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D*. Alfabeta.
- Suranda, A., & Nora, D. (2025). Strategi Sekolah Swasta dalam Mendapatkan Peserta Didik Baru di Tengah Ketatnya Persaingan dengan Sekolah Negeri (Studi Kasus: SMA Kartika 1-5 Padang). *Jurnal Pendidikan & Pedagogi*. <https://doi.org/10.24036/nara.v4i3.272>
- Tatinggulu, S. J., Bukhori, M., & Dewi, W. (2024). Pengaruh Pemasaran Media Sosial dan Kualitas Pelayanan terhadap Keputusan Memilih Sekolah di Apple Tree Pre-School Bali melalui Kepercayaan Merek. *Jurnal Ekonomi dan Bisnis*. <https://jurnal.stie.asia.ac.id/index.php/jubis>
- Treadwell D, & Davis A. (2020). *Introducing Communication Research Fourth Edition*. Sage Publications.
- Trisnajaya, T. (2024). Strategi Komunikasi Pemasaran Digital Akun Media Sosial @virtually.samanthaannisa di Instagram. *Jurnal Ilmu Komunikasi*. <https://doi.org/10.18196/jas.v5i4.499>
- West, R., & Turner, L. H. (2021). *Introducing communication theory: Analysis and application* (7th ed.). McGraw-Hill Education.
- Yulianti, R., & Hasim. (2025). Konten Visual Instagram sebagai Media Promosi pada Komunikasi Pemasaran dalam Membangun Brand Image Kamaleens. *Jurnal Ilmu Komunikasi*. <https://doi.org/10.31848/kosa.v3i1.4301>
- Zubaidah, N. (2025). SPMB Jateng 2025, 56 SMA Swasta Ini Gratis Biaya Sekolah sampai Lulus. *Sindonews.com*. <https://edukasi.sindonews.com/read/1569787/212/spmb-jateng-2025-56-sma-swasta-ini-gratis-biaya-sekolah-sampai-lulus-1747735538>
- Zuniananta, L. E. (2021). Penggunaan Media Sosial sebagai Media Komunikasi Informasi di Perpustakaan. *Jurnal Ilmu Perpustakaan*. <https://doi.org/10.14710/jip.v10i4.37-42>