

DAFTAR PUSTAKA

- Alamsyah, A., Bukhori, M., & Agustina, T. (2023). Pengaruh Brand Image, Digital Marketing Dan Reference Group Terhadap Keputusan Siswa Memilih Sekolah Di Madrasah Aliyah Muhammadiyah 1 Malang. *Jurnal Ilmiah Riset Aplikasi Manajemen*, 1(2).
- Arikunto, S. (2013). *Prosedur Penelitian: Suatu Pendekatan Praktik*. Rineka Cipta.
- Cho, E. dan Fiore, A. M. (2015). Conceptualization of a Holistic Brand Image Measure for Fashion-Related Brands. *Journal of Consumer Marketing*, 32, 255-265.
- Elandari, S. (2023). *Pengaruh Promosi Dan Brand Image Pendidikan Terhadap Keputusan Siswa Memilih Sma Antartika Sidoarjo* (Doctoral Dissertation, Institut Pesantren Kh. Abdul Chalim).
- HEMAT: Journal of Humanities Education Management Accounting
- Kotler, P dan Armstrong, G. (2008). *Prinsip Prinsip pemasaran* (12th ed.). Erlangga.
- Kotler, P dan Armstrong, G. (2012). *Principles of Marketing* (Pearson Education (ed.); 14th ed.).
- Kotler, P dan Kevin Lane, K. (2016). *Manajemen Pemasaran* (12th ed.). PT. Indeks.
- Pasha, K., & Hadibrata, B. (2019). The Impact of Brand Awareness, Brand Association and Perceived Quality on Consumer Purchase Decision of Sampoerna A Mild Products. *Saudi Journal of Economics and Finance*, 9414, 67-76. <https://doi.org/10.21276/sjef.2019.3.1.9>
- Prasetya, E. G., Brawijaya, U., Administrasi, F. I., Ilmu, J., Bisnis, A., & Pemasaran, K. (2018). Pengaruh Brand Image Terhadap Keputusan. 2(4), 693-705.
- Ristanti, V., S Km, M. M., Arif Igo, S. H., Se, M., & Ariyani, F. (2024). Pengaruh Citra Sekolah Dan Promosi Media Sosial Terhadap Keputusan Orang Tua Siswa Dalam Memilih Sekolah Di Smk Nusa Bangsa. *Jurnal Ilmu Manajemen Dan Pemasaran*, 2(2), 55-67.

Sugiyono. (2018). Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D. Alfabeta.

William J. Stanton. (2003). Prinsip-prinsip Pemasaran (3rd ed.). Liberty.

