

**STRATEGI MEMBANGUN CITRA MEREK (*BRAND IMAGE*) DALAM
MENINGKATKAN DAYA SAING LEMBAGA PENDIDIKAN (STUDI
KASUS DI SMK NEGERI 1 SUBANG)**



SKRIPSI

Diajukan untuk memenuhi sebagian syarat untuk memperoleh gelar Sarjana
Pendidikan pada Program Studi Administrasi Pendidikan

Oleh:

Retno Sundari

NIM 2102565

**PROGRAM STUDI ADMINISTRASI PENDIDIKAN
FAKULTAS ILMU PENDIDIKAN
UNIVERSITAS PENDIDIKAN INDONESIA
2025**

**STRATEGI MEMBANGUN CITRA MEREK (*BRAND IMAGE*) DALAM
MENINGKATKAN DAYA SAING LEMBAGA PENDIDIKAN (STUDI
KASUS DI SMK NEGERI 1 SUBANG)**

Oleh:

Retno Sundari

Sebuah Skripsi yang diajukan untuk memenuhi salah satu syarat memperoleh
gelar Sarjana Pendidikan pada Fakultas Ilmu Pendidikan

© Retno Sundari

Universitas Pendidikan Indonesia

Juli 2025

Hak cipta dilindungi undang-undang

Skripsi ini tidak boleh diperbanyak seluruhnya atau sebagian, dengan dicetak
ulang, difotokopi, atau cara lainnya tanpa izin penulis.

LEMBAR PENGESAHAN

RETNO SUNDARI
STRATEGI MEMBANGUN CITRA MEREK (BRAND IMAGE)
DALAM MENINGKATKAN DAYA SAING LEMBAGA
PENDIDIKAN (STUDI KASUS DI SMK NEGERI 1 SUBANG)

Disetujui dan disahkan oleh:
Pembimbing I



Dr. H. Endang Herawan, M.Pd.

NIP. 19600810 19863 1 001

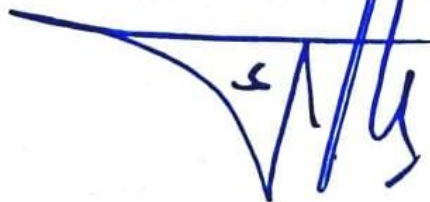
Pembimbing II



Dr. Hj. Liris Raspatiningrum, M.Pd.

NIP. 19680921 199302 2 001

Mengetahui,
Ketua Program Studi Administrasi Pendidikan
Fakultas Ilmu Pendidikan
Universitas Pendidikan Indonesia



Dr. Sururi, M.Pd.

NIP. 19701109 199802 1 001

HALAMAN PERNYATAAN

Saya yang bertanda tangan di bawah ini:

Nama : Retno Sundari

NIM : 2102565

Program Studi : Administrasi Pendidikan

Judul Karya : Strategi Membangun Citra Merek (Brand Image)
dalam Meningkatkan Daya Saing Lembaga
Pendidikan (Studi Kasus di SMK Negeri 1 Subang)

Dengan ini menyatakan bahwa karya tulis ini merupakan hasil kerja saya sendiri. Saya menjamin bahwa seluruh isi karya ini, baik sebagian maupun keseluruhan, bukan merupakan plagiarisme dari karya orang lain, kecuali pada bagian yang telah dinyatakan dan disebutkan sumbernya dengan jelas.

Jika di kemudian hari ditemukan pelanggaran terhadap etika akademik atau unsur plagiarisme, saya bersedia menerima sanksi sesuai peraturan yang berlaku di Universitas Pendidikan Indonesia.

Bandung, Agustus 2025

Yang membuat pernyataan,



Retno Sundari

KATA PENGANTAR

Puji syukur atas kehadiran Allah Subhanahu Wa Ta'ala yang telah memberikan rahmat dan hidayah-Nya, penulis dapat menyelesaikan skripsi dengan judul “Strategi Membangun Citra Merek (*Brand Image*) dalam Meningkatkan Daya Saing Lembaga Pendidikan (Studi Kasus di SMK Negeri 1 Subang)” ini sebagai salah satu syarat untuk memperoleh gelar Sarjana pada Program Studi Administrasi Pendidikan.

Dalam proses penyusunan skripsi ini, penulis menyadari bahwa tidak terlepas dari bantuan, bimbingan, serta dukungan dari berbagai pihak. Oleh karena itu, penulis menyampaikan ucapan terima kasih yang sebesar-besarnya kepada:

1. Bapak Dr. H. Endang Herawan, M.Pd. selaku Dosen Pembimbing I yang senantiasa membantu, selalu meluangkan waktunya untuk membimbing, memberikan arahan, dan masukan yang bermanfaat dalam penyusunan skripsi ini.
2. Ibu Dr. Hj. Liris Raspatiningrum, M.Pd. selaku Dosen Pembimbing II yang telah bersedia meluangkan waktu, dan selalu memberikan dukungan, arahan, serta masukan kepada penulis, sehingga penulis termotivasi dalam menyelesaikan skripsi ini.
3. Bapak Dr. Sururi, M.Pd. selaku Ketua Program Studi Administrasi Pendidikan.
4. Seluruh Bapak dan Ibu Dosen Program Studi Administrasi Pendidikan yang telah memberikan ilmu kepada penulis selama menempuh pendidikan S1 di Program Studi Administrasi Pendidikan.
5. Bapak Pena dan Ibu Melly, selaku Staff Program Studi Administrasi Pendidikan yang telah memberikan pelayanan administratif dengan baik, sehingga memberikan kelancaran dalam penyelesaian skripsi ini.
6. Bapak Deden Suryanto, M.Pd. selaku Kepala SMK Negeri 1 Subang yang telah memberikan izin, kesempatan, serta bantuan dalam proses pengumpulan data di lingkungan sekolah.

7. Ibu Retti Sulistiawati, S.Si. selaku Wakil Kepala Sekolah bidang Kurikulum SMK Negeri 1 Subang yang telah memberikan izin, kemudahan akses data, serta dukungan penuh selama proses penelitian.
8. Ibu Lisna Nurjanah, SE., M.M.Pd. selaku Arsiparis dan Koordinator Tata Usaha SMK Negeri 1 Subang dan seluruh Staff TU yang telah memberikan kemudahan dalam pengumpulan data dan dokumen yang diperlukan selama proses penelitian.
9. Orang tua penulis yakni Bapak Kuat Santoso dan Ibu Karmi, terimakasih atas doa yang tak pernah terputus, kesabaran yang tak pernah habis, dan cinta yang selalu menjadi kekuatan terbesar penulis. Terima kasih telah mengajarkan arti kata bersyukur atas segala hal yang telah Tuhan berikan. Skripsi ini adalah hasil dari perjalanan yang tidak mudah, penuh keraguan, tekanan, dan kelelahan. Namun berkat doa dan dukungan kalian, penulis mampu bertahan dan akhirnya menyelesaikan apa yang telah dimulai. Semoga pencapaian sederhana ini dapat menjadi bentuk kecil dari rasa hormat dan cinta penulis kepada kalian.
10. Kakak tercinta Rian Kantono, yang tanpa banyak kata telah menjadi sosok yang selalu hadir di balik layar perjalanan ini. Di saat penulis berjuang menyelesaikan studi, kakak berjuang di luar sana agar penulis tetap bisa melangkah. Terima kasih telah mengalahkan keinginan pribadi demi masa depan adikmu. Bantuanmu bukan sekadar biaya, tapi bukti bahwa kasih sayang hadir dalam bentuk tanggung jawab dan pengorbanan yang diam-diam, tapi dalam. Semoga pencapaian sederhana ini bisa menjadi kebanggaan kecil untukmu, dan semoga Allah SWT membalas semua kebaikanmu dengan keberkahan yang tak terhingga.
11. Risma Saniawati, terima kasih telah hadir bukan hanya sebagai teman diskusi, tetapi juga sebagai pengingat untuk terus melangkah, bahkan ketika semangat nyaris padam, terima kasih atas kalimat-kalimat sederhana yang sering kali mampu menenangkan, kebersamaanmu telah membuat perjalanan ini terasa lebih ringan, dan masa-masa sulit menjadi lebih bisa ditertawakan bersama.

12. Teman seperjuangan, Srie Restu Y, Resti Fauziah, Citra Nazwa F, Fania Sahwa A, dan Laila Dwiyanti, kebersamaan, dukungan, dan semangat kalian telah membuat perjuangan ini terasa lebih ringan dan bermakna.
13. Seluruh teman angkatan Administrasi Pendidikan Tahun 2021 yang telah menjadi bagian dari perjalanan ini. Kebersamaan, saling dukung, dan tawa di tengah tekanan menjadi kenangan berharga yang tak terlupakan.
14. Terakhir, penulis ingin menyampaikan penghargaan yang tulus kepada diri sendiri, yang telah melalui berbagai proses dan memilih untuk menyelesaikan apa yang telah dimulai. Terima kasih telah bersabar dalam tekanan, tetap berusaha meski sering merasa tidak mampu, dan tetap setia pada tujuan meski semangat sempat pudar. Perjalanan ini mengajarkan bahwa bertahan adalah bentuk keberanian yang tidak selalu dilihat, dan bahwa menyelesaikan sesuatu bukan hanya soal cerdas, tapi soal konsisten. Terima kasih telah percaya, meski sering ragu. Perjalanan ini belum selesai. Apa yang telah dicapai hari ini adalah awal dari tantangan baru yang menanti. Jika nanti langkahmu terasa berat, ingatlah bahwa kamu pernah sampai di titik ini bukan karena segalanya mudah, tetapi karena kamu tidak berhenti berusaha. Tetaplah belajar, tetaplah rendah hati, dan jangan pernah lelah untuk berproses.

Semoga amal dan jasa mereka dibalas oleh Allah SWT. Penulis menyadari bahwa penyusunan skripsi ini masih terdapat kekurangan dan belum sempurna. Oleh karena itu, penulis sangat terbuka terhadap saran dan kritik yang membangun. Harapan penulis, karya ini dapat memberikan manfaat bagi pengembangan ilmu pengetahuan dan praktik pendidikan, khususnya dalam konteks pengelolaan citra merek (*brand image*) lembaga pendidikan.

Bandung, Agustus 2025

Retno Sundari

ABSTRAK

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui strategi yang digunakan SMK Negeri 1 Subang dalam membangun citra merek (*brand image*) guna meningkatkan daya saing antar lembaga pendidikan. Pendekatan yang digunakan adalah kualitatif dengan metode deskriptif. Data dikumpulkan melalui wawancara, observasi, dan dokumentasi dari berbagai pihak yang terkait. Hasil penelitian menunjukkan bahwa citra merek (*brand image*) dimulai dari manajemen strategi melalui formulasi strategi visi, misi, dan tujuan sekolah yang dirangkum dalam *tagline* sekolah. Strategi tersebut diimplementasikan melalui berbagai program yang sesuai dengan nilai-nilai sekolah, serta dievaluasi secara berkala. Evaluasi ini menghasilkan penyempurnaan *tagline* menjadi CEREN+4CT, yang mencerminkan adaptasi terhadap tantangan baru di dunia pendidikan. Faktor keberhasilan dalam pembentukan citra merek (*brand image*) sekolah meliputi program penguatan karakter yang inovatif, inovasi program pendidikan, promosi aktif melalui media sosial, hubungan yang baik dengan alumni, serta kerja sama berkelanjutan dengan dunia industri. Dampak dari strategi ini terlihat dari meningkatnya animo peserta didik baru, bertambahnya mitra kerja sama, serta meningkatnya pengakuan terhadap eksistensi sekolah di tengah persaingan antar lembaga pendidikan. Strategi manajemen yang terencana, implementasi program yang konsisten, dan evaluasi berkelanjutan telah terbukti efektif dalam memperkuat citra merek sekolah. keberhasilan ini menjadi fondasi penting bagi sekolah untuk mempertahankan dan meningkatkan daya saingnya di masa mendatang.

Kata Kunci: Strategi, Citra merek (*brand image*), Daya saing

ABSTRACT

This study aims to determine the strategies used by SMK Negeri 1 Subang in building a brand image to increase competitiveness among educational institutions. The approach used was qualitative with descriptive methods. Data were collected through interviews, observations, and documentation from various related parties. The results of the study indicate that brand image begins with strategic management through the formulation of the school's vision, mission, and objectives, summarized in the school's tagline. This strategy is implemented through various programs aligned with the school's values and is periodically evaluated. This evaluation resulted in the tagline being refined to CEREN+4CT, reflecting adaptation to new challenges in the world of education. Success factors in building the school's brand image include innovative character-building programs, innovative educational programs, active promotion through social media, good relationships with alumni, and ongoing collaboration with the industrial world. The impact of this strategy is seen in the increasing enthusiasm of new students, the addition of collaboration partners, and the increasing recognition of the school's existence amidst competition between educational institutions. Planned management strategies, consistent program implementation, and ongoing evaluation have proven effective in strengthening the school's brand image. This success is an important foundation for schools to maintain and improve their competitiveness in the future.

Keywords: Strategy, Brand image, Competitiveness

DAFTAR ISI

LEMBAR PENGESAHAN	i
HALAMAN PERNYATAAN.....	ii
KATA PENGANTAR.....	iii
ABSTRAK	vi
ABSTRACT	vii
DAFTAR ISI.....	viii
DAFTAR TABEL.....	x
DAFTAR GAMBAR.....	xi
DAFTAR LAMPIRAN	xii
BAB I PENDAHULUAN	1
1.1 Latar Belakang.....	1
1.2 Batasan dan Rumusan Masalah	4
1.3 Tujuan Penelitian.....	5
1.4 Manfaat Penelitian.....	5
1.5 Struktur Organisasi Skripsi.....	6
BAB II KAJIAN TEORI	8
2.1 Landasan Teori	8
2.1.1 Strategi Citra Merek (<i>Brand Image</i>).....	8
2.1.1.1 Pengertian Strategi	8
2.1.1.2 Bentuk-bentuk Strategi.....	9
2.1.1.3 Proses Strategi dalam Organisasi	10
2.1.1.4 Manajemen Strategi.....	13
2.1.1.5 Strategi <i>Branding</i>	16
2.1.2 Citra Merek (<i>Brand Image</i>)	17
2.1.2.1 Pengertian Citra Merek (<i>Brand Image</i>).....	17
2.1.2.2 Fungsi, Tujuan, dan Manfaat Citra Merek (<i>Brand Image</i>)	18
2.1.2.3 Pengukuran Citra Merek (<i>Brand Image</i>).....	19
2.1.2.4 Citra Merek (<i>Brand Image</i>) dalam Konteks Pendidikan.....	21
2.1.2.5 Unsur-unsur Citra Merek (<i>Brand Image</i>).....	21
2.1.3 Daya Saing.....	26
2.1.3.1 Pengertian Daya Saing	26
2.1.3.2 Faktor yang Memengaruhi Daya Saing Sekolah.....	28

2.1.3.3 Keterkaitan Citra Merek dengan Daya Saing Sekolah.....	29
2.2 Penelitian Terdahulu.....	30
2.3 Kerangka Pikir Penelitian.....	34
BAB III METODE PENELITIAN	35
3.1 Metode Penelitian.....	35
3.2 Pendekatan Penelitian.....	35
3.3 Teknik Pengumpulan Data	35
3.4 Prosedur Pengolahan Data.....	36
3.5 Informan Penelitian dan Sumber Data	36
3.6 Lokasi Penelitian	36
3.7 Teknik Keabsahan Data.....	38
BAB IV HASIL DAN PEMBAHASAN.....	40
4.2 Hasil	40
4.3 Pembahasan	57
BAB V SIMPULAN, IMPLIKASI, SARAN.....	69
5.1 Simpulan.....	69
5.2 Implikasi.....	70
5.3 Saran	71
DAFTAR PUSTAKA	72
LAMPIRAN.....	75

DAFTAR TABEL

Tabel 2. 1 Pengukuran Citra Merek (<i>Brand Image</i>)	19
Tabel 2. 2 Keterkaitan Citra Merek (<i>Brand Image</i>) dengan	30
Tabel 2. 3 Penelitian Terdahulu	30
Tabel 4. 1 Pengukuran Citra Merek (<i>Brand Image</i>)	66
Tabel 4. 2 Keterkaitan Citra Merek dengan Daya Saing Sekolah.....	68

DAFTAR GAMBAR

Gambar 1. 1 Diagram Animo Calon Peserta Didik.....	2
Gambar 2. 1 Bagan Proses Strategi.....	15
Gambar 2. 2 Kerangka Pikir Penelitian.....	34
Gambar 3. 1 Struktur Organisasi Sekolah.....	38

DAFTAR LAMPIRAN

LAMPIRAN I ADMINISTRASI PENELITIAN	74
1. Surat Pengangkatan Dosen Pembimbing Skripsi.....	76
2. Surat Permohonan Izin Penelitian.....	78
3. Surat Keterangan Penerimaan Izin Penelitian.....	80
4. Catatan Bimbingan Penyusunan Skripsi	81
LAMPIRAN II PEDOMAN PENGUMPULAN DATA	87
1. Instrumen Penelitian	88
2. Catatan Hasil Observasi	115
3. Catatan Hasil Dokumentasi.....	116
4. Catatan Hasil Wawancara	117
5. Reduksi Data.....	153
LAMPIRAN III DOKUMENTASI KEGIATAN.....	207
1. Dokumentasi Wawancara	208
2. Dokumentasi Observasi	209
3. Studi Dokumentasi.....	209
LAMPIRAN IV RIWAYAT HIDUP	211
1. Riwayat Hidup	212

DAFTAR PUSTAKA

- Aditya Julita Sari, IBN Udayana, A. D. C. (2022). *Pengaruh Brand Image terhadap Keputusan Pembelian Konsumen: Studi Kasus Variabel Green Marketing dan Brand Ambassador UMKM Ngudi Rejeki Kelorida*. Al-Kharaj: Jurnal Ekonomi, Keuangan & Bisnis Syariah, 4(2), 308–327.
- Ainurrofiqin, M. (2021). *99 Strategi Branding di Era 4.0: Kupas Tuntas Metode Jitu Membangun Citra Baik, Meyakinkan Pelanggan, dan Membangun Kesadaran Merek*. Anak Hebat Indonesia.
- Anwar, M. (2020). Manajemen Strategik Daya Saing dan Globalisasi. In *Sasanti Institute* (Vol. 1, Nomor 69).
- Arifah, U. (2023). *Manajemen Strategi* (P. A. Wibowo (ed.)). UNISNU PRESS.
- Azis, R. (2016). *Pengantar Administrasi Pendidikan*. Penerbit Sibuku.
- Bariah. (2021). *Strategi Membangun Brand Image di Madrasah Ibtida'iyah (MI) Yusuf Abdussatar Kediri Lombok Barat Tahun 2021* (Vol. 10, Nomor Mi).
- Buchari Alma, R. H. (n.d.). *Manajemen Corporate dan Strategi Pemasaran Jasa Pendidikan Fokus pada Mutu dan Layanan Prima*. Alfabeta, CV.
- Dewi, L. G. P. S., Edyanto, N., & Siagian, H. (2020). *The Effect of Brand Ambassador, Brand Image, and Brand Awareness on Purchase Decision of Pantene Shampoo in Surabaya, Indonesia*. In *SHS Web of Conferences* (Vol. 76, Nomor SHS Web Conferences, hal. 137–155).
- Dian Sudiantini, Kardinah Indrianna Meutia, Bintang Narpati, & Farhan Saputra. (2023). *Hubungan Kualitas Pelayanan, Citra Sekolah, Loyalitas Siswa Dan Keputusan Memilih Sekolah*. Jurnal Ekonomi, Manajemen Pariwisata dan Perhotelan, 2(1), 404–408.
- Dwiyama, F. (2019). Brand Image: Upaya Memasarkan Pendidikan Bagi Lembaga Yang Kurang Mampu Bersaing. *Adaara: Jurnal Manajemen Pendidikan Islam*, 9(2), 880–891.
- Febriyanty, R. (2021). *Manajemen Strategi Dinas Pendidikan, Pemuda dan Olahraga dalam Penanggulangan Anak Putus Sekolah di Kabupaten Karawang*. Jurnal Ilmiah Wahana Pendidikan, 7(1), 391–402.
- Fiantika, Wasil M, Jumiyati, Honesti, Wahyuni, Jonata, E. a. (2022). Metodologi Penelitian Kualitatif. In *Metodologi Penelitian Kualitatif*. In *Rake Sarasin* (Nomor Maret). PT. Global Eksekutif Teknologi.
- Hasibuan, M. S. P. (2014). *Manajemen: Dasar, Pengertian, dan Masalah*. Bumi Aksara.
- Helaluddin., & Wijaya, H. (2019). *Analisis Data Kualitatif: Sebuah Tinjauan Teori & Praktik*. Sekolah Tinggi Theologia Jaffray.
- Jonni Mardizal, N. J. (2023). *Manajemen dan Kepemimpinan Kepala Sekolah Kejuruan*. Jonni Mardizal.
- Kacung Wahyudi. (2017). Manajemen Pemasaran Pendidikan. *Kariman: Jurnal Pendidikan Dan Keislaman*, 5(01), 77–78.
- Karsono, K., Purwanto, P., & Salman, A. M. Bin. (2021). Strategi Branding Dalam Meningkatkan Kepercayaan Masyarakat Terhadap Madrasah Tsanawiyah Negeri. *Jurnal Ilmiah Ekonomi Islam*, 7(2), 869–880.

Retno Sundari, 2025

STRATEGI MEMBANGUN CITRA MEREK (BRAND IMAGE) DALAM MENINGKATKAN DAYA SAING LEMBAGA PENDIDIKAN (STUDI KASUS DI SMK NEGERI 1 SUBANG)

Universitas Pendidikan Indonesia | repository.upi.edu | perpustakaan.upi.edu

- Kertajaya, H. (2007). *Hermawan Kertajaya on Marketing*. Mizzan Pustaka.
- Kim, B. G., & Lee, C. S. (2019). Preference attributes of foreign infant education materials: Focused on brand, service, distribution. *Journal of Distribution Science*, 17(2), 35–42.
- Kotler, P. (2016). *Marketing Management 15th Edition*. Pearson Education.
- Liyono, A. (2022). *Pengaruh Brand Image, Electronic Word of Mouth (E-Wom) Dan Harga Terhadap Keputusan Pembelian Produk Air Minum Galon Crystalline Pada Pt. Pancaran Kasih Abadi*. *Jurnal Ekonomi Manajemen dan Bisnis*, 3(1), 73–91.
- Manurung, J., & Harlyn L Siagian. (2021). Membangun Brand Image Sebagai Manajemen Strategi Dalam Upaya Meningkatkan Daya Saing Pada Lembaga Pendidikan. *Inovatif*, 7(September), 1–23.
- Mei, R. (2023). *Manajemen Strategis dalam Meningkatkan Daya Saing*. Penerbit NEM.
- Muharam, D. R. (2017). Penerapan Konsep Resources-Based View (Rbv) Dalam Upaya Mempertahankan Keunggulan Bersaing Perusahaan. *Jurnal Ilmu Administrasi: Media Pengembangan Ilmu dan Praktek Administrasi*, 14(1), 82–95.
- Mujib, F., & Saptaningsih, T. (2021). *School Branding: Strategi di Era Disruptif* (B. S. Fatmawati (ed.)). PT Bumi Aksara.
- Mulyasana, D. (2012). *Pendidikan Bermutu dan Berdaya Saing*. PT Remaja Rosdakarya.
- Munajat, Y., & Ramly, A. T. (2022). *Strategi Branding Image dalam Pemasaran Jasa Pendidikan di Masa Pandemi Tingkat Perguruan Tinggi*. *Diversity: Jurnal Ilmiah Pascasarjana*, 2(1).
- Novia, E. (2023). *Strategi humas dalam membangun brand image smkn 1 tembilahan sebagai lembaga pendidikan bisnis tingkat menengah yang unggul*.
- Nugroho, R., & Muiz, E. L. (2021). *Strategi Brand Image Dalam Rekrutment Peserta Didik Baru Di Smk Ma ' Arif Nu 1 Ajibarang Program Studi Manajemen Pendidikan Islam*.
- Purnamasari, Y., S, V., & Ashfahani, S. (2020). Strategi Pemasaran dalam Membangun Brand Image pada Sekolah Aluna Montessori Jakarta. *Jurnal Ilmiah Komunikasi (JIKOM) STIKOM IMA*, 12(01), 34.
- Rahmat, A. (2020). *Hubungan Sekolah dan Masyarakat: Mengelola Partisipasi Masyarakat Dalam Peningkatan Mutu Sekolah*. Zahir Publishing.
- Roziqin, Z., & Rozaq, H. (2018). *Menggagas Competitive Advantage Melalui Branding Image Di Madrasah Aliyah Nurul Jadid Paiton Probolinggo*. *Jurnal Ilmiah Didaktika*, 18(2), 225.
- Septian, R. (2022). Manajemen Membangun Brand Image (Citra Sekolah) Dalam Upaya Meningkatkan Daya Saing di Smp Muhammadiyah 3 Yogyakarta. *Media Manajemen Pendidikan*, 4(3), 496–507.
- Setyaningsih, K., Arkan, M., & Atika, N. (2024). Peran Kepala Sekolah sebagai Manajer dalam Membangun Brand Image di Sekolah Menengah Kejuruan Bhakti Persada Palembang. *Esensi Pendidikan Inspiratif*, 6(2), 343.
- Sugiyono. (2013). *Metodologi Penelitian Kuantitatif, Kualitatif dan R & D*.

- Sulistiyowati, W. (2018). *Buku Ajar Kualitas Layanan: Teori dan Aplikasinya*. Umsida Press.
- Syamsa, A. (2020). *Strategi Brand Image dalam Meningkatkan Animo Calon Peserta Didik (Studi Kasus di MTs Negeri 1 Kota Surabaya)* (Vol. 21, Nomor 1) [UIN Sunan Ampel].
- Timpal, R. S., Massie, J., & Pandowo, M. (2022). The Role of Brand Ambassadors on Consumer Purchase Decision on Tokopedia Marketplace. *Jurnal EMBA : Jurnal Riset Ekonomi, Manajemen, Bisnis dan Akuntansi*, 10(3), 652.
- Tofaynudin, J. I. (2023). Strategi Membangun Brand Image dalam Meningkatkan Daya Saing Lembaga Pendidikan. *Journal on Teacher Education*, 4(3), 388–389.
- Turmudi, M., & Fatayati, S. (2021). Komunikasi Pemasaran Jasa Pendidikan. *Indonesian Journal of Humanities and Social Sciences*, 2(1), 69–78.
- Widodo, S. (2023a). *Manajemen Strategik: Keunggulan Bersaing Berkelanjutan*. Penerbit NEM.
- Widodo, S. (2023b). *Manajemen Strategik* (M. Nasrudin (ed.)). PT Nasya Expanding Management.
- Wijaya, D. (2016). *Pemasaran Jasa Pendidikan*. Bumi Aksara.
- Yadnya, I. G. A. O. (2020). *Kiat Sukses Menyiapkan Akreditasi Sekolah*. Guepedia.
- Yunus, E. (2016). *Manajemen Strategis* (A. A. Christian (ed.)). Penerbit Andi.
- Yunus, M., Ibrahim, M., Musnadi, S., Akmal, Muthalib, A., Marzuki, Maihani, S., Teuku, Harahap, R., Chaidir, Afrizal, Sawitri, R., & Adnan. (2024). *Manajemen Strategi*. Deepublish.