

DAFTAR PUSTAKA

- AB Susanto. (2014). *Manajemen Strategik Komprehensif*. Erlangga.
- Afrina Yasmin, Sadia Tasneem, K. F. (2015). *International Journal of Management Science and Business Administration*.
- Albani, & Nashiruddin, M. (2007). *Shahih Sunan Ibnu Majah Buku 2*. Pustaka Azzam.
- Ali, H. (2010). *Marketing Bank Syariah*. Ghalia Indah.
- David Fred R. (2004). *Manajemen Strategi Konsep Edisi ketujuh*. PT.Prenhallindo.
- Djaslim Saladin. (1994). *Dasar-dasar Manajemen Pemasaran*. Mandar Maju.
- Hany Setyorini, Mas'ud Effendi, dan I. S. (2015). Analisis Strategi Pemasaran Menggunakan Matriks SWOT dan QSPM (Studi Kasus: Restoran WS Soekarno Hatta Malang). *Jurnal Teknologi dan Manajemen Agroindustri*, 5,48.
- Hermawan, A. (2012). *Komunikasi Pemasaran*. Erlangga.
- Hidayah, N. (2018). Analisis Strategi Digital Marketing Dalam Membantu Penjualan Living Space Dan Efo Store. In *Marketing*.
- Irham Fahmi. (2015). *Manajemen Strategis*. CV Alfabeta.
- Jauch, Lawrence R., dan Gluech, W. (1989). *Businesss Policy and Strategic Management*.
- Kristanto, T., & Hadiansya. (2020). Strategi Pemasaran Digital Dalam Peningkatan Penerimaan Mahasiswa Baru Menggunakan Analisis SWOT. *MULTINETICS*, 6(2), 128–133. <https://doi.org/10.32722/multinetics.v6i2.3415>
- Kuswantoro. (2018). *STRATEGI PEMASARAN INSTITUT AGAMA ISLAM IMAM AL-GHAZALI (IAIIG) CILACAP DALAM REKRUTMEN MAHASISWA PROGRAM STUDI MANAJEMEN PENDIDIKAN ISLAM*.
- M, D. (2017). *Inisiasi strategi manajemen lembaga pendidikan islam dalam meningkatkan mutu sumber daya manusia islami di Indonesia dalam menghadapi era globalisasi*.
- Morissan. (2008). *Manajemen Public Relations Strategi menjadi humas profesional*. Kencana Prenada media group.
- Mubarok. (2017). Strategi pemasaran islam dalam meningkatkan penjualan pada

Bank Calist. *Jurnal I-Economic*, 3.

- Noor, J. (2012). *Metodelogi Penelitian*. Prenadamedia group. Philip Kotler. (2015). *Manajemen Pemasaran*. prehallindo.
- Puspitasari, I. (2019). Analisis Segmentasi Pasar Dan Strategi Pemasaran Dalam Penerimaan Mahasiswa Baru di Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi (STIE) Muhammadiyah Pringsewu Tahun 2018. *Jurnal Ilmiah Ekonomi Manajemen*, 10(02), 21–39.
- Rangkuti, F. (2017). *Analisis SWOT: Teknik Membedah Kasus Bisnis Cara Perhitungan Bobot, Rating, Dan OCAI*. Gramedia Pustaka Utama.
- Romli, M. E. (2020). Strategi Pemasaran Perguruan Tinggi Swasta. *Jurnal Media Wahana Ekonomika*, 16(4), 296. <https://doi.org/10.31851/jmwe.v16i4.3726>
- Safitri Ririn. (2021a). *Strategi penyaluran zakat untuk pendidikan oleh BAZNAS provinsi Bengkulu Cerdas pada tahun 2019-2020*. IAIN Bengkulu.
- Safitri Ririn. (2021b). *strategi penyaluran zakat untuk pendidikan oleh baznas provinsi bengkulu melalui program bengkulu cerdas pada tahun 2019-2020*. institut agama islam negeri bengkulu.
- Sofian Assauri. (2013). *Manajemen pemasaran*. Rajawali Press.
- Sofjan Assauri. (2018). *Manajemen Pemasaran Dasar, Konsep dan Strategi*. PT. Raja Grafindo Persada.
- Sri Yati Prawitasari. (2010). ANALISIS SWOT SEBAGAI DASAR PERUMUSAN STRATEGI PEMASARAN BERDAYA SAING (Studi pada Dealer Honda Tunggul Sakti di Semarang). *Fakultas Ekonomi Universitas Diponegoro Semarang*, 75.
- STEBIS IGM. (n.d.). *No Title*. <https://bpm.stebisigm.ac.id/> Sugiyono. (2010). *Metode penelitian pendidikan Cet.10*. Alfabeta.
- Suliyanto. (2010). *Studi Kelayakan Bisnis Pendekatan Praktis*. CV Andi Offset.
- Widyastuti, U. (2017). *Pelaksanaan Layanan Bimbingan Belajar Siswa Kelas Vdi SDIT AZ-ZAHRA Sragen*. 23.
- Winarni, E. W. (2018). *Teori dan Praktik Penelitian Kuantitaif Kualitatif*. Bumi Aksara.
- Yuniarsih, Y., & Priadi. (2022). Analisis Strategi Pemasaran Online Untuk Meningkatkan Volume Jumlah Mahasiswa di masa Pandemi Covid-19 (Studi Kasus Pada Tim Promosi Online Fisip Universitas Sangga Buana).

Jurnal Digital Bisnis, Modal Manusia, Marketing, Entrepreneurship, Finance, & Strategi Bisnis (Dimensi), 2(1), 35.
<https://doi.org/10.32897/dimensi.v2i1.1186>

Zikmund dan Babin. (2010). *Menjelajahi Riset Pemasaran* (1 ed.). SalembaEmpat.