

**PENGARUH *BRANDING SCHOOL* TERHADAP MINAT PESERTA
DIDIK KELAS VII DI MADRASAH TSANAWIYAH SWASTA MIFTAHUL
ULUM KAWAL**



Skripsi

Diajukan Kepada Sekolah Tinggi Agama Islam Negeri
Sultan Abdurrahman Kepulauan Riau
Untuk Memenuhi Salah Satu Syarat Memperoleh Gelar Sarjana Strata Satu (S.Pd)

Oleh :

SHEREN JEAN
NIM : 22862312141

**SEKOLAH TINGGI AGAMA ISLAM NEGERI SULTAN ABDURAHMAN
KEPULAUAN RIAU
2026**



KEMENTERIAN AGAMA REPUBLIK INDONESIA
SEKOLAH TINGGI AGAMA ISLAM NEGERI
SULTAN ABDURAHMAN KEPULAUAN RIAU
Kampus : Jl. Lintas Barat KM.19 CerukljukKelurahanToapaya Asri-Bintan
Telp : 0771-4442607 Fax : 0771-4442610
Website : www.stainskepri.ac.id Email : stain.kepri@kemenag.go.id

PERNYATAAN KEASLIAN

Yang bertanda tangan di bawah ini :

Nama : Sheren Jean
NIM : 22862312141
Program Studi : Manajemen Pendidikan Islam

Menyatakan Bahwa Naskah Skripsi Ini Secara Keseluruhan Adalah Hasil Penelitian Saya Sendiri Dan Bukan Plagiasi Dari Hasil Karya Orang Lain. Jika Di Kemudian Hari Terbukti Bahwa Skripsi Ini Terdapat Plagiasi, Baik Isi, Logika, Maupun Datanya, Secara Keseluruhan Atau Sebagian, Maka Skripsi Dan Gelar Sarjana Yang Diperoleh Karenanya Secara Otomatis Batal Demi Hukum.

Bintan, 29 April 2026



NIM. 22862312141



**KEMENTERIAN AGAMA REPUBLIK INDONESIA
SEKOLAH TINGGI AGAMA ISLAM NEGERI
SULTAN ABDURRAHMAN KEPULAUAN RIAU**

Kampus: Jl. Lintas Barat KM. 19 Ceruk Ijuk Kelurahan Toapaya Asri – Bintan
Telp. 0771-4442607 Fax. 0771-4442610

Website: www.stainkepri.ac.id Email: stainkepri@kemenag.go.id

PENGESAHAN SKRIPSI

Skripsi Dengan Judul : Pengaruh *Branding School* Terhadap Minat Peserta Didik Kelas VII di MTs MU Kawal

Nama : Sheren Jean

NIM : 22862312141

Program Studi : Manajemen Pendidikan Islam

Telah dimunaqasyahkan pada : Selasa, 23 Juni 2026

Nilai Munaqasyah : 90,50

Dan dinyatakan telah diterima oleh STAIN Sultan Abdurrahman Kepulauan Riau.

TIM MUNAQASYAH

KETUA

Dr. H. Imam Subekti, M.Pd.I
NIP. 19710415 200212 1 001

SEKRETARIS

Aqimi Dinana, M.Pd
NIP. 19910223 202505 2 003

PENGUJI I

Dr. Zulhamdan, M.Pd.I
NIP. 19890502 201903 1 013

PENGUJI II

Muslena Layla, M.Si
NIP. 19900502 201903 2 018

Ketua STAIN Sultan Abdurrahman
Kepulauan Riau



Dr. H. Muhammad Faisal, M.Ag.
NIP. 19750324 200604 1 005



**KEMENTERIAN AGAMA REPUBLIK INDONESIA
SEKOLAH TINGGI AGAMA ISLAM NEGERI
SULTAN ABDURAHMAN KEPULAUAN RIAU**

Kampus : Jl. Lintas Barat KM.19 CeruklukKelurahanToapaya Asri-Bintan

Telp : 0771-4442607 Fax : 0771-4442610

Website : www.stainskepri.ac.id Email : stain.kepri@kemenag.go.id

PERSETUJUAN PEMBIMBING

Yang bertanda tangan di bawah ini :

Nama : Sheren Jean

NIM : 22862312141

Program Studi : Manajemen Pendidikan Islam

Judul Skripsi : Pengaruh Branding School terhadap minat peserta didik
di Madrasah Tsanawiyah Swasta Miftahul Ulum Kawal.

Menyatakan Bahwa Skripsi Ini Sudah Layak Untuk Dilanjutkan Pada
Siding Munaqasyah. Diharapkan Semoga Skripsi Tersebut Dapat Diterima Dan
Dapat Dipergunakan Sebagaimana Mestinya.

Bintan, 29 April 2026

Pembimbing I

Megawati, M.M

NIP.19920923 201903 2 021

Pembimbing II

Erlina Gusnita

NIP.19841127 202321 2 023



KEMENTERIAN AGAMA REPUBLIK INDONESIA
SEKOLAH TINGGI AGAMA ISLAM NEGERI
SULTAN ABDURAHMAN KEPULAUAN RIAU
Kampus : Jl. Lintas Barat KM.19 Ceruk Ijuk Kelurahan Toapaya Asri-Bintan
Telp : 0771-4442607 Fax : 0771-4442610
Website : www.stainskepri.ac.id Email : stain.kepri@kemenag.go.id

NOTA DINAS PEMBIMBING

Kepada Yth.

Program Studi Manajemen Pendidikan Islam

STAIN Sultan Abdurahman Kepulauan Riau.

Assalamualaikum Warahmatullahi Wabarakatuh,

Setelah melakukan bimbingan, arahan dan koreksi terhadap penulisan skripsi yang berjudul pengaruh Branding School terhadap minat peserta didik di Madrasah Tsanawiyah Swasta Miftahul Ulum Kawal.

Yang ditulis Oleh :

Nama : Sheren Jean

NIM : 22862312141

Program Studi : Manajemen Pendidikan Islam

Saya Berpendapat Bahwa Skripsi Tersebut Sudah Dapat Diajukan Kepada Program Studi Manajemen Pendidikan Islam Sekolah Tinggi Agama Islam Negeri Sultan Abdurahman Kepulauan Riau Untuk Diajukan Dalam Rangka Memperoleh Gelar Sarjana Pendidikan.

Wassalamualaikum warahmatullahi wabarakatuh.

Bintan, 29 April 2026

Pembimbing I

Megawati, M.M

NIP.19920923 201903 2 021

Pembimbing II

Erlina Gusnita

NIP.19841127 202321 2 023

ABSTRAK

Sheren Jean, 2026, 22862312141 Pengaruh *Branding School* terhadap minat peserta didik di Madrasah Tsanawiyah Miftahul Ulum Kawal, Program Studi Manajemen Pendidikan Islam, STAIN Sultan Abdurahman Kepulauan Riau.

Penelitian ini dilatarbelakangi oleh fenomena yang terdapat di MTs Miftahul Ulum Kawal yang telah melakukan strategi dalam membentuk sebuah *Branding School*. Strategi *Branding School* sudah dilakukan terlihat minat peserta didik meningkat setiap tahunnya. Tetapi belum dapat dipastikan pengaruhnya. Maka dari itu penelitian ini bertujuan untuk mengetahui pengaruh dan seberapa besar pengaruh *Branding School* terhadap minat peserta didik.

Penelitian ini merupakan penelitian kuantitatif, menggunakan teknik probability sampling. Populasi penelitian ini adalah seluruh siswa kelas VII MTs Miftahul Ulum Kawal yang berjumlah 124 siswa. Pada penelitian ini jumlah sampel digunakan sebanyak 94 siswa. Pengumpulan data menggunakan angket, akan melalui uji instrumen yaitu uji validitas dan reliabilitas kemudian hasil data penelitian menggunakan teknik analisis data melalui uji normalitas, uji linearitas, uji regresi sederhana, uji-t dan uji koefisien determinasi R^2 .

Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa *Branding School* yang telah dilakukan MTs Miftahul Ulum Kawal berpengaruh signifikan terhadap minat peserta didik. Hasil tersebut dapat dilihat dari hasil uji-t yang menunjukkan hasil didapati nilai t hitung berjumlah 12,463 dan t tabel bernilai 1,662 maka t hitung > t tabel yang memiliki arti kedua variabel berpengaruh signifikan. Dan dapat dibuktikan dari hasil uji regresi linear sederhana yang bernilai signifikan sebesar $0,000 < 0,05$ yang artinya *Branding School* berpengaruh terhadap minat peserta didik di MTs Miftahul Ulum Kawal. Besar pengaruh *Branding School* terhadap minat peserta didik di MTs Miftahul Ulum Kawal menunjukkan bahwa dari hasil uji koefisien determinasi yaitu 0,628 atau 62,8% sisanya 37,2 % dipengaruhi oleh variabel lain yang tidak dibahas dalam penelitian ini.

Kata Kunci: *Branding School*, Minat peserta didik

ABSTRACT

Sheren Jean, 22862312141 The Influence of School Branding on student interest at Miftahul Ulum Kawal Islamic Junior High School, Islamic Education Management Study Program, Sultan Abdurahman Islamic State Institute (STAIN) in the Riau Island.

This research is motivated by the phenomenon observed at MTs Miftahul Ulum Kawal. Which has implemented a strategy to establish a School brand. The School branding strategy has shown that student interest has increased annually. However, its impact remains uncertain. Therefore, this study aims to determine the impact and extent of School branding on student interest.

This research is a quantitative study, using probability sampling techniques. The population is all 124 seventh-grade students at MTs Miftahul Ulum Kawal. A sample size of 94 students was used. Data collection using a questionnaire, will go through instrument testing, namely validity and reliability tests, then the result of the research data using data were analyzed using data analysis techniques through normality tests, linearity tests, simple regression, t-test, and the coefficient of determination R^2 tests.

The result of this study indicate that the School branding implemented by MTs Miftahul Ulum Kawal significantly influences student interest. This can be seen from the t-test result, which show a calculated t value of 12,463 and a t table value of 1,662. This means that the calculated t value is greater than the t table value, indicating a significant influence between both variables. This is also proven by the result of the simple linear regression test, which has significant value of $0.000 < 0.05$, indicating that School branding influences student interest at MTs Miftahul Ulum Kawal. The significant influence of School branding on student interest at MTs Miftahul Ulum Kawal can be seen and proven by the result of the coefficient of determination test, which is 0.628 or 62,8%. The remaining 37,2% is influenced by other variables not discussed in this study.

Keywords : School branding, student interest.

PEDOMAN TRANSLITERASI ARAB-LATIN

Transliterasi dimaksudkan sebagai pengalih-hurufan dari abjad yang satu ke abjad yang lain. Transliterasi Arab-Latin di sini ialah penyalinan huruf-huruf Arab dengan huruf-huruf Latin beserta perangkatnya.

A. Konsonan

Fonem konsonan bahasa Arab yang dalam sistem tulisan Arab dilambangkan dengan huruf. Dalam transliterasi ini sebagian dilambangkan dengan huruf dan sebagian dilambangkan dengan tanda, dan sebagian lagi dilambangkan dengan huruf dan tanda sekaligus.

Berikut ini daftar huruf Arab yang dimaksud dan transliterasinya dengan huruf latin:

Huruf Arab	Nama	Huruf Latin	Nama
أ	Alif	Tidak dilambangkan	Tidak dilambangkan
ب	Ba	B	Be
ت	Ta	T	Te
ث	Śa	ś	es (dengan titik di atas)
ج	Jim	J	Je
ح	Ĥa	ĥ	ha (dengan titik di bawah)
خ	Kha	Kh	ka dan ha
د	Dal	D	De
ذ	Žal	Ž	Zet (dengan titik di atas)
ر	Ra	R	Er

Huruf Arab	Nama	Huruf Latin	Nama
ز	Zai	Z	Zet
س	Sin	s	Es
ش	Syin	sy	es dan ye
ص	Ṣad	ṣ	es (dengan titik di bawah)
ض	Ḍad	ḍ	de (dengan titik di bawah)
ط	Ṭa	ṭ	te (dengan titik di bawah)
ظ	Ẓa	ẓ	zet (dengan titik di bawah)
ع	`ain	`	koma terbalik (di atas)
غ	Gain	g	Ge
ف	Fa	f	Ef
ق	Qaf	q	Ki
ك	Kaf	k	Ka
ل	Lam	l	El
م	Mim	m	Em
ن	Nun	n	En
و	Wau	w	We
هـ	Ha	h	Ha
ء	Hamzah	‘	Apostrof
ي	Ya	y	Ye

B. Vokal

Vokal bahasa Arab, seperti vokal bahasa Indonesia, terdiri dari vokal tunggal atau *monoftong* dan vokal rangkap atau *diftong*.

1. Vokal Tunggal

Vokal tunggal bahasa Arab yang lambangnya berupa tanda atau harakat, transliterasinya sebagai berikut:

Huruf Arab	Nama	Huruf Latin	Nama
َ	Fathah	a	a
ِ	Kasrah	i	I
ُ	Dammah	u	u

2. Vokal Rangkap

Vokal rangkap bahasa Arab yang lambangnya berupa gabungan antara harakat dan huruf, transliterasinya berupa gabungan huruf sebagai berikut:

Huruf Arab	Nama	Huruf Latin	Nama
يَ...	Fathah dan ya	ai	a dan u
وَ...	Fathah dan wau	au	a dan u

Contoh:

- كَتَبَ kataba
- فَعَلَ fa`ala
- سَأَلَ suila
- كَيْفَ kaifa
- حَوَّلَ haula

C. *Maddah*

Maddah atau vokal panjang yang lambangnya berupa harakat dan huruf, transliterasinya berupa huruf dan tanda sebagai berikut:

Huruf Arab	Nama	Huruf Latin	Nama
ا...ى...	Fathah dan alif atau ya	ā	a dan garis di atas
ى...	Kasrah dan ya	ī	i dan garis di atas
و...	Dammah dan wau	ū	u dan garis di atas

Contoh :

- قَالَ qāla
- رَمَى ramā
- قِيلَ qīla
- يَقُولُ yaqūlu

D. Ta' Marbutah

Transliterasi untuk ta' marbutah ada dua, yaitu:

1. Ta' marbutah hidup

Ta' marbutah hidup atau yang mendapat harakat fathah, kasrah, dan dammah, transliterasinya adalah “t”.

2. Ta' marbutah mati

Ta' marbutah mati atau yang mendapat harakat sukun, transliterasinya adalah “h”.

3. Kalau pada kata terakhir dengan ta' marbutah diikuti oleh kata yang menggunakan kata sandang *al* serta bacaan kedua kata itu terpisah, maka ta' marbutah itu ditransliterasikan dengan "h".

Contoh:

- | | |
|-------------------------------|---------------------------------|
| - رَوْضَةُ الْأَطْفَالِ | raudah al-atfāl/raudahtul atfāl |
| - الْمَدِينَةُ الْمُنَوَّرَةُ | al-madīnah al-munawwarah |
| - طَلْحَة | talhah |

E. Syaddah (Tasydid)

Syaddah atau tasydid yang dalam tulisan Arab dilambangkan dengan sebuah tanda, tanda syaddah atau tanda tasydid, ditransliterasikan dengan huruf, yaitu huruf yang sama dengan huruf yang diberi tanda syaddah itu.

Contoh:

- | | |
|------------|---------|
| - نَزَّلَ | nazzala |
| - الْبِرُّ | al-birr |

F. Kata Sandang

Kata sandang dalam sistem tulisan Arab dilambangkan dengan huruf, yaitu ال, namun dalam transliterasi ini kata sandang itu dibedakan atas:

1. Kata sandang yang diikuti huruf syamsiyah

Kata sandang yang diikuti oleh huruf syamsiyah ditransliterasikan sesuai dengan bunyinya, yaitu huruf "l" diganti dengan huruf yang langsung mengikuti kata sandang itu.

2. Kata sandang yang diikuti huruf qamariyah

Kata sandang yang diikuti oleh huruf qamariyah ditransliterasikan dengan sesuai dengan aturan yang digariskan di depan dan sesuai dengan bunyinya.

Baik diikuti oleh huruf syamsiyah maupun qamariyah, kata sandang ditulis terpisah dari kata yang mengikuti dan dihubungkan dengan tanpa sempang.

Contoh:

- | | | |
|---|------------|------------|
| - | الرَّجُلُ | ar-rajulu |
| - | الْقَلَمُ | al-qalamu |
| - | الشَّمْسُ | asy-syamsu |
| - | الْجَلَالُ | al-jalālu |

G. Hamzah

Hamzah ditransliterasikan sebagai apostrof. Namun hal itu hanya berlaku bagi hamzah yang terletak di tengah dan di akhir kata. Sementara hamzah yang terletak di awal kata dilambangkan, karena dalam tulisan Arab berupa alif.

Contoh :

- | | | |
|---|-----------|----------|
| - | تَأْخُذُ | ta'khužu |
| - | شَيْئٌ | syai'un |
| - | النَّوْءُ | an-nau'u |
| - | إِنَّ | inna |

H. Penulisan Kata

Pada dasarnya setiap kata, baik fail, isim maupun huruf ditulis terpisah. Hanya kata-kata tertentu yang penulisannya dengan huruf Arab sudah lazim

dirangkaikan dengan kata lain karena ada huruf atau harkat yang dihilangkan, maka penulisan kata tersebut dirangkaikan juga dengan kata lain yang mengikutinya.

Contoh:

- | | | |
|---|--|---|
| - | وَ إِنَّ اللَّهَ فَهُوَ خَيْرُ الرَّازِقِينَ | Wa innallāha lahuwa khair ar-rāziqīn/
Wa innallāha lahuwa khairurrāziqīn |
| - | بِسْمِ اللَّهِ مَجْرَاهَا وَ مُرْسَاهَا | Bismillāhi majrehā wa mursāhā |

I. Huruf Kapital

Meskipun dalam sistem tulisan Arab huruf kapital tidak dikenal, dalam transliterasi ini huruf tersebut digunakan juga. Penggunaan huruf kapital seperti apa yang berlaku dalam EYD, di antaranya: huruf kapital digunakan untuk menuliskan huruf awal nama diri dan permulaan kalimat. Bilamana nama diri itu didahului oleh kata sandang, maka yang ditulis dengan huruf kapital tetap huruf awal nama diri tersebut, bukan huruf awal kata sandangnya.

Contoh:

- | | | |
|---|---------------------------------------|---|
| - | الْحَمْدُ لِلَّهِ رَبِّ الْعَالَمِينَ | Alhamdu lillāhi rabbi al-`ālamīn/<br>Alhamdu lillāhi rabbil `ālamīn |
| - | الرَّحْمَنُ الرَّحِيمُ | Ar-rahmānir rahīm/Ar-rahmān ar-rahīm |

Penggunaan huruf awal kapital untuk Allah hanya berlaku bila dalam tulisan Arabnya memang lengkap demikian dan kalau penulisan itu disatukan dengan kata lain sehingga ada huruf atau harakat yang dihilangkan, huruf kapital tidak dipergunakan.

Contoh:

- اللَّهُ غَفُورٌ رَحِيمٌ Allaāhu gafūrun rahīm
- لِلَّهِ الْأُمُورُ جَمِيعًا Lillāhi al-amru jamī`an/Lillāhil-amru
jamī`an

J. Tajwid

Bagi mereka yang menginginkan kefasihan dalam bacaan, pedoman transliterasi ini merupakan bagian yang tak terpisahkan dengan Ilmu Tajwid. Karena itu peresmian pedoman transliterasi ini perlu disertai dengan pedoman tajwid.

KATA PENGANTAR

Assalamu'alaikum Warahmatullahi Wabarakatuh

Puji syukur kepada Allah *Subhanahu Wa Ta' Ala* yang telah memberikan penulis kemudahan sehingga penulis dapat menyelesaikan skripsi ini yang berjudul “ ***Pengaruh Branding School Terhadap Minat Peserta Didik Kelas VII di Madrasah Tsanawiyah Swasta Miftahul Ulum Kawal*** ”. Tidak lupa pula sholawat beserta salam kepada Nabi Muhammad *Shallallahu'alaihi Wa Sallam*, semoga kita mendapatkan syafa'at darinya di Yaumul Akhir nanti. Aamiin Ya Robbal'alamin.

Adapun dalam penyusunan skripsi ini, penulis mendapatkan banyak saran, dukungan, motivasi serta arahan dari berbagai pihak, baik yang bersifat langsung maupun tidak langsung. Oleh karena itu, dengan segala hormat penulis ingin mengucapkan terimakasih kepada :

1. Bapak Dr. H. Muhammad Faisal, M.Ag selaku Ketua Sekolah Tinggi Agama Islam Negeri Sultan Abdurahman Kepulauan Riau.
2. Bapak Dr. Fadhil Yonata, M.Pd selaku Wakil Ketua I Sekolah Tinggi Agama Islam Negeri Sultan Abdurahan Kepulauan Riau.
3. Bapak Dr Drs. Almahfuz, M.Si selaku Wakil Ketua II Sekolah Tinggi Agama Islam Negeri Sultan Abdurahman Kepulauan Riau.
4. Bapak Rahmad Budi Harto, M.M Selaku Wakil Ketua III Sekolah Tinggi Agama Islam Negeri Sultan Abdurahman Kepulauan Riau.

5. Ibu Megawati, M.M selaku Ketua Program Studi Manajemen Pendidikan Islam dan selaku Dosen Pembimbing I, yang telah bersedia meluangkan waktunya memberikan saran dan bimbingan penuh yang sangat berpengaruh dalam penyusunan skripsi.
6. Ibu Erlina Gusnita, M.Pd selaku Sekretaris Program Studi Manajemen Pendidikan Islam dan selaku Dosen Pembimbing II, yang senantiasa meluangkan waktunya, memberikan kemudahan serta dukungan yang bermanfaat untuk mendorong kesiapan skripsi ini.
7. Ibu Sulistyowati Gandariyah Afkari, M.Ed selaku Dosen Metode Penelitian, yang senantiasa meluangkan waktunya, memberikan saran dalam penyusunan skripsi ini.
8. Bapak Adrian Riadi, S.Pd selaku Kepala Sekolah Madrasah Tsanawiyah Miftahul Ulum Kawal yang telah memberikan izin untuk melakukan penelitian di MTs Miftahul Ulum Kawal.
9. Ibu Chairunnisah, S.Pd selaku Kepala Tata Usaha Madrasah Tsanawiyah Miftahul Ulum Kawal, yang senantiasa membantu melancarkan dalam menjalani proses skripsi.
10. Siswa kelas VII Madrasah Tsanawiyah Miftahul Ulum Kawal
11. yang telah bersedia menjadi tempat berbagi informasi dalam proses penelitian serta selaku subjek penelitian yang telah meluangkan waktu untuk membantu mengisi keperluan penelitian.
12. Teman-teman seperjuangan manajemen pendidikan islam angkatan 2022 tempat berkeluh kesah selama 4 tahun dengan segala bentuk tingkah laku

serta momen yang sedih maupun menyenangkan yang tidak dapat penulis sebutkan satu persatu.

Penulis menyadari bahwa skripsi ini terdapat banyak kekurangan dan jauh dari kata sempurna. Oleh karena itu, penulis berharap pembaca memberikan kritik serta saran yang membangun untuk kedepannya. Semoga skripsi ini dapat bermanfaat bagi penulis maupun pembaca.

Wassalamu'alaikum Warahmatullahi Wabarakatuh

Bintan, 5 Maret 2026

A handwritten signature in black ink, appearing to read 'Sheren Jean', with a horizontal line underneath.

Sheren Jean
NIM. 22862312141

MOTTO

“ Dan Katakanlah: Bekerjalah Kamu, Maka Allah Akan Melihat Pekerjaanmu,
Begitu Pula Rasul-Nya Dan Orang-Orang Mukmin.”
(QS. At-Taubah: 105)

HALAMAN PERSEMBAHAN

Segala puji dan syukur kepada Allah Subhanahu Wa Ta'ala yang senantiasa memberikan rahmat, nikmat, kasih sayang serta karunia-Nya sehingga penulis dapat menyelesaikan skripsi ini. Bismillahirrahmanirrahim, skripsi ini saya persembahkan untuk

1. Untuk Kedua Orang Tua, Mamakku Sumiyem. Penyemangatku, Panutanku, Idolaku. Yang selalu menjadi penolongku, adanya dititik ini anakmu karena selalu diringi dengan doanya, permohonannya, permintaannya, dengan Allah Swt. Perempuan yang mengajarkan arti ketulusan dan keikhlasan luar biasa yang anakmu temui. Dan Bapakku Harun Jean, sama seperti nama belakangku yang membuat sebagian orang bertanya-tanya. Jiwa kepemimpinannya yang selalu ia terapkan ke anaknya, bagaimana bersikap menghadapi hal hal yang akan mendatang. Selalu menjadi bagian *favorite* untuk selalu didengarkan anakmu. Terimakasih telah memberikan segalanya untuk anakmu diatas kepentinganmu dan selalu,memberikan kasih sayang serta dukungan di proses skripsi ini, temani proses panjang ku kedepannya.
2. Mas ku Saka Palwa Jean, S.M. Sarjana pertama di keluarga, mas ku tidak menjadi teman kelahi dan berantem saat ini, tetapi mas dan adek ini membentuk peranan penting menjadi tempat berdiskusi, curhat, dan meminta pendapat. Terimakasih ya mas, sudah menjadikan adekmu ini juru dan ahli pendapat di bagian hidupmu. Terimakasih sudah menemani proses skripsi ini, semoga adekmu ini bisa menjadi kebanggaan keluarga.
3. Nadiansyah Pratama, Teman kecil saya, dan dulu menjadikan saya sebagai saingan di bangku SD walaupun tetap tidak bisa menyaingi. Terima kasih karena hingga saat ini menjadi bagian dari perjalanan saya. Ditengah proses skripsi yang penuh dengan rasa cemas, menjadi tempat bercerita, memberi dukungan serta membantu saran dan tenaga dalam perjuangan ini.
4. Rekan Seperjuangan Putri Nurhasanah,Ummu Kultsum, Chika Juliana Putri, Olevia Sesy Wulandari, Dwiki Ilham Juliansyah, Rafi Maulana, Said Muhammad Imran, Firman Hidayat, dan M. Fariq Pandika yang mewarnai masa perkuliahan ini. Terimakasih untuk kebersamaan, cerita, dan segala hal yang dilewati bareng, dari tugas, deadline, hingga hal-hal random yang justru menjadi masa kuliah terasa lebih hidup. Dan Yuliyani Lestari Dacosta, S.Pd. Kakak tingkat saya yang sudah membantu memberikan saran dan masukan. Terimakasih sudah sabar menjawab berbagai pertanyaan saya, memberikan arahan, serta berbagi pengalaman yang sangat membantu dalam menyelesaikan skripsi ini.

DAFTAR ISI

HALAMAN JUDUL	i
PERNYATAAN KEASLIAN.....	ii
PENGESAHAN SKRIPSI.....	iii
PERSETUJUAN PEMBIMBING.....	v
NOTA DINAS PEMBIMBING	v
ABSTRAK	vi
<i>ABSTRACT</i>	vii
PEDOMAN TRANSLITERASI ARAB-LATIN.....	viii
KATA PENGANTAR.....	xvi
MOTTO	xix
HALAMAN PERSEMBAHAN.....	xx
DAFTAR ISI	xxi
DAFTAR TABEL	xxiii
DAFTAR GAMBAR	xxiii
DAFTAR LAMPIRAN	xxiv

BAB I PENDAHULUAN.....	26
A. Latar Belakang	26
B. Rumusan Masalah	40
C. Tujuan Penelitian dan Kegunaan Penelitian.....	41
D. Kajian Terdahulu	42
E. Kerangka Teori.....	46
F. Sistematika Penulisan.....	50

BAB II KONSEP TEORITIS & OPERASIONAL VARIABEL	Error! Bookmark not defined.
A. Konsep Teoritis	Error! Bookmark not defined.
B. Hipotesis Penelitian.....	Error! Bookmark not defined.
C. Operasional Variabel	Error! Bookmark not defined.

<u>BAB III</u> METODOLOGI PENELITIAN	Error! Bookmark not defined.
A. Desain Penelitian.....	Error! Bookmark not defined.
B. Populasi dan Sampel	Error! Bookmark not defined.
C. Teknik pengumpulan data	Error! Bookmark not defined.
D. Uji Instrumen Penelitian	Error! Bookmark not defined.
E. Teknik Analisis data	Error! Bookmark not defined.

BAB IV P ENYAJIAN DAN ANALISIS DATA.....	Error! Bookmark not defined.
A. Tinjauan Umum Lokasi.....	Error! Bookmark not defined.
B. Penyajian Data.....	Error! Bookmark not defined.
C. Analisis Data.....	Error! Bookmark not defined.

BAB V PENUTUP	Error! Bookmark not defined.
A. Kesimpulan	Error! Bookmark not defined.
B. Saran.....	Error! Bookmark not defined.
 DAFTAR PUSTAKA.....	 51
LAMPIRAN.....	110

DAFTAR TABEL

Tabel I	Persamaan Dan Perbedaan Kajian Terdahulu	21
Tabel II	Operasional Variabel <i>Branding School</i> (X) Error! Bookmark not defined.	
Tabel III	Operasional Variabel Minat Peserta Didik (Y) Error! Bookmark not defined.	
Tabel IV	Data Kelas VII MTs Miftahul Ulum Kawal Error! Bookmark not defined.	
Tabel V	Skala Penilaian Kuisisioner	71
Tabel VI	Hasil Uji Validitas Variabel X.....	74
Tabel VII	Hasil Uji Validitas Variabel Y	75
Tabel VIII	Uji Reliabilitas Variabel X.....	76
Tabel IX	Uji Reliabilitas Variabel Y	76
Tabel X	Interval Klasifikasi Skor	78
Tabel XI	Data Tenaga Pendidik MTs Miftahul Ulum Kawal	87
Tabel XII	Data Tenaga Kependidikan MTs Miftahul Ulum Kawal	88
Tabel XIII	Data Siswa MTs Miftahul Ulum Kawal.....	89
Tabel XIV	Data Sarana Prasarana	90
Tabel XV	Data Angket Instrumen <i>Branding School</i>	94
Tabel XVI	Data Angket Instrumen Minat peserta Didik	95
Tabel XVII	Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis Kelamin	96
Tabel XVIII	Karakteristik Responden Berdasarkan Kelas.....	97
Tabel XIX	Statistik Deskriptif Variabel X.....	98
Tabel XX	Statistik Deskriptif Total Variabel X.....	103
Tabel XXI	Statistik Deskriptif Variabel Y	104
Tabel XXII	Statistik Deskriptif Total Variabel Y.....	108
Tabel XXIII	Hasil Uji Kolmogorov-Smirnov.....	109
Tabel XXIV	Hasil Uji Linearitas.....	110
Tabel XXV	Hasil Uji Regresi Sederhana.....	111
Tabel XXVI	Hasil Uji T.....	112
Tabel XXVII	Hasil Uji Koefisien Determinasi.....	114

DAFTAR GAMBAR

Gambar I	Skor Kinerja Pencapaian Mutu 2023	34
Gambar II	Daftar Peserta Didik Baru MTs Miftahul Ulum Kawal	37
Gambar III	Struktur Organisasi MTs Miftahul Ulum Kawal	Error!

Bookmark not defined.

DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran I	SK Penetapan Dosen Pembimbing	Error! Bookmark not defined.
Lampiran II	Kartu Bimbingan Skripsi Dosen Pembimbing I	127
Lampiran III	Kartu Bimbingan Skripsi Dosen Pembimbing II.....	128
Lampiran IV	Surat Izin Penelitian.....	129
Lampiran V	Surat Balasan	130
Lampiran VI	Lembar Angket	131
Lampiran VII	Tabulasi Angket Pra Penelitian ..	Error! Bookmark not defined.
Lampiran VIII	Tabulasi Angket Penelitian	Error! Bookmark not defined.
Lampiran IX	Pedoman Nilai Tabel r	Error! Bookmark not defined.
Lampiran X	Pedoman Nilai t	Error! Bookmark not defined.
Lampiran XI	Hasil Uji Validitas Pra Penelitian.....	Error! Bookmark not defined.
Lampiran XII	Hasil uji Realibilitas, Uji Normalitas, Uji Linearitas, Uji Regresi Sederhana, Uji T, Uji Koefisien Determinasi .	Error! Bookmark not defined.
Lampiran XIII	Dokumentasi	Error! Bookmark not defined.
Lampiran XIV	Surat Keterangan Plagiasi.....	161
Lampiran XV	Bukti Plagiasi.....	162
Lampiran XVI	Daftar Riwayat Hidup.....	163

BAB I

PENDAHULUAN

A. Latar Belakang

Pendidikan merupakan peranan krusial yang harus ditempuh agar membentuk sumber daya manusia yang berkualitas dan mampu bersaing di berbagai bidang. Pendidikan tidak hanya menggali tentang pengetahuan akademik saja, melainkan mencakup pembentukan karakter, pembinaan kepribadian serta penanaman nilai-nilai moral yang menjadi landasan dalam kehidupan sosial, berbangsa dan bernegara.

Secara luas pengertian pendidikan, dalam Undang-undang Republik Indonesia Nomor 20 Tahun 2003 tentang sistem Pendidikan Nasional menjelaskan bahwa pendidikan merupakan suatu proses yang dirancang secara sadar dan terencana untuk menciptakan kondisi belajar yang kondusif. Proses tersebut bertujuan mendorong peserta didik agar mampu mengembangkan potensi dirinya secara optimal, baik dalam aspek pengendalian diri, pembentukan karakter, kecerdasan, akhlak yang baik, maupun berbagai keterampilan yang berguna bagi kehidupan pribadi serta dalam kehidupan bermasyarakat, berbangsa, dan bernegara¹. Dalam perspektif pembangunan nasional, pendidikan memiliki kedudukan strategis sebagai alat untuk meningkatkan kualitas hidup masyarakat dan memperkokoh daya saing bangsa di tingkat global².

¹ Kasiono, "Nuansa Pendidikan Islam Dalam UU Ri No 20 Tahun 2002 Tentang Sisdiknas : Peran Dan Tujuan Pendidikan Nasional," (*Jurnal Pendidikan Dan Kebudayaan*, 2022) .

² Suhartono Wiryopranoto, "*Ki Hajar Dewantara Pemikiran Dan Perjuangan*", (*Museum Kebangkitan Nasional Direktorat Jenderal Kebudayaan Kementerian Pendidikan Dan Kebudayaan*, 2017) hlm. 64

Seiring dengan pesatnya arus modernisasi yang menyertai dinamika globalisasi saat ini, pendidikan menjadi prioritas bagi perkembangan dan kemajuan nasional suatu negara. Terlihat dari pandangan masyarakat Indonesia terhadap pendidikan secara umum tergolong tinggi dan positif. Sebagian besar masyarakat Indonesia menilai pendidikan sebagai sarana penting untuk meningkatkan dan memperbaiki masa depan. Terbukti hasil *survei Ipsos Global Education Monitor* menunjukkan 53% masyarakat Indonesia merasa puas terhadap sistem pendidikan nasional, sementara 56% percaya bahwa kualitas pendidikan saat ini lebih baik jika dibandingkan dengan dahulu³. Selanjutnya *Survei Katada Insight Center* mengungkapkan bahwa mayoritas orangtua menilai sistem penerimaan murid baru berjalan lebih baik dan mendukung akses pendidikan⁴. Berdasarkan data tersebut, dapat dipahami bahwa masyarakat Indonesia memiliki tingkat kepercayaan dan optimisme yang cukup tinggi terhadap peran pendidikan dalam mencetak generasi yang unggul.

Menjaga kepercayaan masyarakat terhadap pendidikan, harus mampu mempertahankan kualitas pendidikan. Kualitas pendidikan dapat juga terlihat dari meningkatnya citra positif utama disekolah yang berimplikasi langsung pada kepuasan peserta didik dan orang tua⁵. Dikarenakan lembaga pendidikan

³ Ipsos, "Global Education Monitor :Public Opinion on Education," *Ipsos* 18, no.7 (2023): hal 6.

⁴ Katadata Insight Center, "Survei Sistem Penerimaan Murid Baru (SPMB)2025, Kementerian Pendidikan Dan Kebudayaan," *Kementerian Pendidikan Dan Kebudayaan*, 2025, <https://internal-portal.kemdikbud.go.id/siaran-pers/13794-survei-kicmayoritas-publik-nilai-spmb-lebih-baik-daripada-p.diakses> 19 oktober 2025

⁵ Siti Adkha Mufroh et al., "Kualitas Tenaga Pendidik Dalam Meningkatkan Mutu Pendidikan Di Madrasah Aliyah Negeri 1 Jepara" *Jurnal Pendidikan* 33, no. 2 (2024)

berperan sebagai salah satu pilar penting dalam upaya meningkatkan kualitas pendidikan di Indonesia. Kualitas pendidikan yang diselenggarakan memiliki pengaruh besar terhadap *Branding School* itu sendiri. Menurut Triwijayanti, sekolah yang baik dapat tercermin dari kualitas serta budaya sekolah yang secara langsung berdampak pada hasil peserta didik yang kompeten dan mampu bersaing di tingkat lebih tinggi⁶. Seiring dengan perkembangan zaman dan meningkatnya persaingan antar lembaga pendidikan, citra menjadi aset yang sangat bernilai dan mampu memperkuat daya tarik lembaga pendidikan, menarik minat calon peserta didik, mempererat hubungan dengan masyarakat, serta membangun kepercayaan para pemangku kepentingan.

Dunia pendidikan menghadapi persaingan yang semakin ketat antar sekolah dalam upaya mempertahankan eksistensinya. Beragam strategi diterapkan untuk memenangkan persaingan. Situasi ini muncul karena orangtua kini semakin berhati-hati dalam memilih sekolah bagi anak-anak mereka. Persaingan yang diberikan dapat menjadi modal kuat bagi masa depan anak. Sekolah yang memiliki reputasi baik cenderung lebih unggul dalam persaingan. Karena masyarakat cenderung memilih lembaga yang berkualitas dan dapat memberikan hasil pendidikan terbaik bagi anak-anak mereka⁷.

⁶ Nobita Triwijayanti et al., “Pengaruh Kualitas Layanan Pendidikan, Budaya Sekolah, Citra Sekolah Terhadap Kepuasan Orang Tua The Effect of Education Services Quality, *School Cultures, School Images* toward Parental Satisfactions,” *Jurnal Pendidikan Dan Kebudayaan* 12, no. 1 (2022): 74–80.

⁷ Kristi Wulandari, “Meningkatkan Kualitas Pendidikan Serta Prinsip Penting Dalam Guru Dan Manajemen Pendidikan,” *Jurnal Riset Multidisiplin Dan Inovasi Teknologi* 2, no. 02 (2024): 464–72,

Dalam Islam pun perintah menuntut ilmu ditempat yang baik ataupun berkualitas juga dianjurkan, sebagaimana Allah Swt berfirman dalam QS.

Al-Mujadilah ayat 11 :

يَا أَيُّهَا الَّذِينَ آمَنُوا إِذَا قِيلَ لَكُمْ تَفَسَّحُوا فِي الْمَجَالِسِ فَافْسَحُوا يَفْسَحِ اللَّهُ لَكُمْ ۚ وَإِذَا قِيلَ انشُرُوا فَانشُرُوا
يَرْفَعِ اللَّهُ الَّذِينَ آمَنُوا مِنْكُمْ وَالَّذِينَ أُوتُوا الْعِلْمَ دَرَجَاتٍ ۚ وَاللَّهُ بِمَا تَعْمَلُونَ خَبِيرٌ ١١

11. *Wahai orang-orang yang beriman, Apabila dikatakan kepadamu “Berilah kelapangan di dalam majelis-majelis”, maka lapangkanlah, niscaya Allah akan memberi kelapangan untukmu. Dan apabila dikatakan, “Berdirilah kamu,” maka berdirilah, niscaya Allah akan mengangkat (derajat) orang-orang yang beriman di antaramu dan orang-orang yang diberi ilmu beberapa derajat. Mahateliti apa yang kamu kerjakan”⁸.*

Dalam Al-Qur’an ayat diatas menjelaskan bahwa Allah Swt meninggikan derajat orang-orang yang beriman dan berilmu. Ayat ini memberi pemahaman bahwa menuntut ilmu sebaiknya dilakukan ditempat yang baik, yaitu lingkungan yang menghargai ilmu, beradab, dan menumbuhkan sikap saling menghormati. Lembaga yang baik adalah tempat yang dikenal dengan sisi positifnya.

Saat ini fenomena meningkatnya minat masyarakat terhadap sekolah berbasis agama sudah menunjukkan peningkatan dari tahun-tahun sebelumnya⁹. Hal ini disebabkan oleh kesadaran orang tua akan pentingnya pendidikan yang tidak hanya fokus pada aspek akademik, tetapi juga pada pembentukan akhlak yang mulia¹⁰. Sebagian besar orang tua memilih

⁸ Al-Mujadilah 58:11

⁹ Pormadi Simbolon, “Mengapa Sekolah Berbasis Agama Kian Diminati?,” Kementrian Agama Republik Indonesia, 2025.

¹⁰ Wasilah Wasilah and Muslimah Muslimah, “Fenomena Kemunculan Sekolah ‘Elit’ Islam Di Indonesia (Analisis Aspek Manfaat Dan Mudhorot),” Jurnal Pendidikan Dan Kewirausahaan 11, no. 1 (2022): 141–56.

sekolah yang mampu menanamkan moralitas serta membentuk karakter anak secara menyeluruh. Maka dari itu setiap lembaga perlu memiliki strategi yang tepat agar mampu mempertahankan eksistensinya sekaligus meningkatkan jumlah peserta didik. *Branding* tidak hanya dipahami sekadar sebagai pembeda produk atau jasa, tetapi juga mencakup persepsi dan pandangan masyarakat terhadap suatu lembaga pendidikan.¹¹

Salah satu strategi yang dapat diterapkan adalah memperkuat *Branding School*, yaitu upaya membangun citra dan identitas sekolah agar memiliki daya tarik dan keunggulan tersendiri ditengah persaingan yang semakin ketat. Calon peserta didik maupun orang tua cenderung tidak akan mempertimbangkan lembaga pendidikan yang belum mereka kenal atau ingat. Oleh karena itu, *branding* memiliki peran penting bagi lembaga pendidikan agar sekolah dapat dikenal, diingat, serta memiliki daya tarik dan posisi yang kuat dimata masyarakat.

Branding School merupakan upaya yang dilakukan lembaga pendidikan untuk meningkatkan daya tarik sekolah serta mempertahankan eksistensinya ditengah persaingan yang kompetitif agar dapat diterima oleh masyarakat dan membuat nilai dibenak masyarakat. Dengan adanya *branding* yang baik, masyarakat akan lebih tertarik menyekolahkan anaknya dilembaga tersebut. Dalam proses membangun *Branding School* yang efektif,

¹¹ Agus Wibowo, *Branding Digital*, Yayasan Prima Agus Teknik, 2021, hlm. 19.

dibutuhkan strategi yang tepat agar terjalin hubungan yang harmonis antara sekolah dan masyarakat, sehingga keberlangsungan sekolah dapat terjaga¹².

Branding School juga dapat dipahami sebagai proses pembentukan identitas, lembaga pendidikan yang menonjolkan nilai, keunggulan, keunikan yang dimilikinya. Upaya ini bertujuan menarik perhatian masyarakat melalui ciri khas yang membedakan satu lembaga pendidikan dengan lainnya yang akan menjadi suatu gambaran persepsi di benak masyarakat. Sehingga mendorong meningkatnya minat untuk memilih sekolah tersebut¹³. Agar dapat menjadi lembaga pendidikan yang diminati, sekolah perlu merancang strategi *branding* yang mampu membangkitkan ketertarikan masyarakat¹⁴.

Terdapat berbagai langkah atau strategi yang dapat dilakukan untuk membangun *Branding School* di mata masyarakat. Strategi tersebut mencakup partisipasi aktif sekolah serta siswa dalam berbagai ajang perlombaan, layanan, program unggulan, membangun komunikasi yang baik dengan orangtua dan masyarakat, peningkatan mutu layanan akademik maupun non akademik serta memiliki peringkat membanggakan terkait pencapaian dalam peningkatan masuknya peserta didik baru. Sekolah perlu mengkomunikasikan pesan yang kuat kepada masyarakat tentang berbagai

¹² Mohamad Joko Susiolo, "Strategi *Branding* Sekolah Dalam Meningkatkan Animo Siswa Dan Awareness Masyarakat," Jurnal Pendidikan Dompot Dhuafa Vol 12. No (2022): 1–6,

¹³ Azmil Mufarohah, "Strategi Lembaga Pendidikan Dalam Meningkatkan *School Branding*," Jurnal Pendidikan Dasar 2, no. 1 (2024): 32.

¹⁴ Aulia Akhrian Syahidi et al., "Pelatihan Pembuatan Dan Pemanfaatan Aplikasi Berbasis Mobile Untuk Digital Marketing Pada PAUD Terpadu Ananda Rantau Dalam Mendukung *School Branding*," Kacanegara Jurnal Pengabdian Pada Masyarakat 6, no. 4 (2023): 507,

manfaat yang diperoleh jika memilih untuk belajar dilembaga tersebut¹⁵. Oleh karena itu, membangun *Branding School* menjadi hal yang sangat penting.

Madrasah Tsanawiyah Swasta Miftahul Ulum Kawal merupakan salah satu lembaga pendidikan Islam di Kawal, Kecamatan Gunung Kijang, Kabupaten Bintan, Provinsi Kepulauan Riau. Yang memiliki daya tarik tinggi dikalangan masyarakat. Madrasah ini dikenal dengan lingkungan belajar yang religius, kedisiplinan, serta komitmen untuk membentuk generasi yang berilmu dan berakhlak mulia.

Dalam membangun *Branding School* yang baik dimasyarakat, MTs Miftahul Ulum Kawal meningkatkan pada bidang ekstrakurikuler Marcing band dan pramuka, sering mengikuti berbagai macam perlombaan dan banyak memperoleh prestasi yang gemilang untuk membangun *Branding* bahwa sekolah mampu menghasilkan siswa-siswi yang unggul dan berkualitas serta mampu bersaing. Adapun prestasi yang diraih yaitu: pada perlombaan Marcing band mendapatkan juara II tingkat kabupaten. Juara II banner tingkat provinsi, Juara III Perqusi tingkat Provinsi. Pada ekstrakurikuler pramuka lomba tingkat II Provinsi mendapatkan juara I, pramuka lomba tingkat III mendapatkan juara I provinsi. Hingga terpilihnya siswa-siswi berprestasi dari MTs Miftahul Ulum Kawal untuk mewakili Jambore Tingkat Nasional. Pada seni Qur'an, sering sekali mendapatkan kejuaraan lolos dalam MTQ kabupaten, Juara I dalam pekan olahraga

¹⁵ Nur Hasanah Indah et al., "Strategi Pemasaran Untuk Membangun *School Branding* Dalam Upaya Meningkatkan Daya Saing Lembaga Pendidikan Di MA NU Sunan Giri Prigen KAB. Pasuruan," *El-Mujtama: Jurnal Pengabdian Masyarakat* 4, no. 5 (2024): 2708–15,

madrasah Se-Kabupaten Bintan. Pada bidang olahraga, sekolah ini juga sangat unggul istilahnya menjadi langganan kejuaran disetiap tahunnya. Prestasi yang diraih merupakan strategi yang dibangun dalam menciptakan *Branding School*.

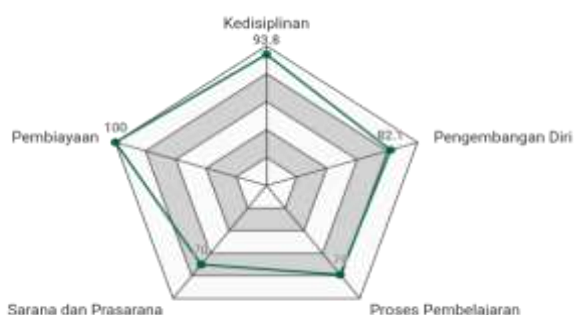
MTs Miftahul Ulum Kawal, memiliki program unggul dalam bidang seni Qur'an, siswa diwajibkan untuk menghafal surat surat di dalam Al-Qur'an, dan penguasaan bahasa Inggris, Arab dan Indonesia. Program tersebut umumnya ditemukan di pondok pesantren, namun diterapkan di madrasah ini menjadi program unggulan dengan standar biaya gratis tetapi dapat menciptakan generasi yang dapat bersaing.

MTs Miftahul Ulum Kawal juga sangat memperhatikan tentang pelayanan, baik dari pelayanan akademik, adminitrasi, sarana prasarana dan keunikkan sekolah ini terletak pada pelayanan masyarakat yang dilakukan sudah sangat terkenal di kalangan masyarakat sekitar. Kepala sekolah dan guru sering mengikuti kegiatan masyarakat, baik majelis ta'lim, gotong royong serta kegiatan lainnya. Karena pendekatan kepada masyarakat itu dapat membentuk kepercayaan tersendiri bagi mereka, dan ketika sudah terbentuknya kepercayaan terhadap lembaga itu, maka mereka akan loyal saling memberikan informasi ke yang lain terhadap kualitas lembaga. Atau sering kita sebut dengan "*word of mouth*". Dimana ini juga menjalin silaturahmi kepada orangtua agar terjalin dengan baik, dan secara tidak langsung membantu menarik minat peserta didik.

Terdapat aturan kedisiplinan yang bersifat pembinaan, ketika siswa melakukan kesalahan, mereka tidak memberikan sanksi dengan hal-hal yang berbasis hukuman, mereka dibina dengan nilai religious, seperti ditetapkan sebagai muadzin, Imam mushola, penceramah, hafalan beberapa juz. Ketika juga terdapat anak yang ketahuan merokok, mereka membina dengan cara melakukan olahraga selama 1 jam, dikarenakan akibat dari merokok paru paru dan jantung tidak maksimal berfungsi. Maka dari itu pihak sekolah tidak menghukumnya dengan hukuman tetapi membina dan mencegah dengan kekhawatiran yang akan terjadi akibat kesalahan yang dilakukan karena strategi yang dilakukan inilah yang membuat masyarakat yakin terhadap lembaga pendidikan.

Peningkatan peserta didik baru juga didukung oleh capaian mutu yang didapatkan oleh MTs Miftahul Ulum Kawal pada tahun 2023 :

Gambar I
Skor kinerja pencapaian Mutu2023



Nilai SKPM : 85.0 (SANGAT BAIK)

Tanggal disetujui : 22 Januari 2024

Sumber : Kementerian Agama Republik Indonesia(2024)

Terlihat dari capaian mutu sekolah yang memperoleh nilai SKPM Sebesar 85,0 dengan kategori sangat baik, hal ini menunjukkan bahwa kualitas penyelenggaraan pendidikan di MTs Miftahul Ulum Kawal mengalami peningkatan yang signifikan. Data tersebut menjadi bukti nyata bahwa sekolah telah berupaya menjaga dan meningkatkan mutu dalam berbagai aspek. Capaian mutu yang positif ini juga berperan besar dalam memperkuat *Branding School*, karena sekolah yang memiliki kualitas terukur akan lebih mudah mendapatkan kepercayaan dari masyarakat serta menarik minat peserta didik.

Berbagai strategi *Branding School* yang telah dijalankan oleh MTs Miftahul Ulum Kawal, mulai dari prestasi ekstrakurikuler, program unggulan tahfidz dan bahasa, pelayanan kepada masyarakat, pembinaan kedisiplinan, hingga capaian mutu sekolah, pada dasarnya saling melengkapi dalam membentuk citra positif lembaga di mata masyarakat. Dari sudut pandang peserta didik sendiri, masing-masing strategi tersebut turut memberikan kesan dan pengalaman yang berbeda-beda, sehingga secara keseluruhan membentuk ketertarikan mereka terhadap MTs Miftahul Ulum Kawal.

Pada program unggulan tahfidz serta penguasaan bahasa Inggris, Arab, dan Indonesia, peserta didik merasakan manfaatnya secara langsung melalui peningkatan kemampuan diri, baik dari sisi keagamaan maupun akademik, yang menjadi salah satu nilai lebih dibandingkan sekolah lain. Pada aspek pelayanan dan kedekatan kepala sekolah serta guru dengan masyarakat, peserta didik turut merasakan suasana sekolah yang hangat dan

terbuka, sehingga menumbuhkan rasa nyaman dan percaya terhadap lembaga. Sementara itu, pembinaan kedisiplinan yang dilakukan dengan pendekatan religius, bukan dengan hukuman, juga memberikan kesan positif bagi peserta didik karena dirasakan lebih membina daripada menghukum. Adapun capaian mutu sekolah, meskipun sifatnya lebih administratif, tetap turut memperkuat rasa bangga peserta didik karena bersekolah di lembaga yang telah diakui memiliki kualitas baik oleh pihak yang berwenang.

Di sisi lain, capaian prestasi pada bidang ekstrakurikuler, seperti marcing band, pramuka, dan seni Qur'an, juga turut dirasakan secara langsung oleh peserta didik, karena mereka sendiri yang terlibat, berlatih, dan tampil dalam berbagai ajang perlombaan tersebut, sehingga menumbuhkan rasa percaya diri dan kebanggaan tersendiri sebagai bagian dari sekolah yang berprestasi. Dengan demikian, dapat dipahami bahwa seluruh strategi *Branding School* yang dijalankan, baik pada aspek akademik, pelayanan, kedisiplinan, capaian mutu, maupun ekstrakurikuler, secara bersama-sama turut membentuk persepsi positif peserta didik dan mendorong ketertarikan mereka untuk bersekolah di MTs Miftahul Ulum Kawal.

Persepsi tersebut juga didukung oleh hasil wawancara penulis dengan salah satu peserta didik kelas VII, Penulis mewawancarai Syarifah Maulidina siswa kelas VII, tanggal 27 Oktober 2025 terkait akhirnya memutuskan untuk melanjutkan ke MTs Miftahul Ulum Kawal. Merespon dengan jawaban,

“Melihat keunggulan dari Mts, saya belajar agama yang lebih kuat. Menghafal surah yang ada disini. Lalu lihat prestasi yang semakin banyak

dibidang ekstrakurikuler dan juga dikarenakan kepala sekolah sangat ramah dan humble, dengan semua yang dilakukan sekolah ini, sehingga saya tertarik.”¹⁶

Jawaban tersebut menggambarkan bahwa ketertarikan peserta didik terhadap MTs Miftahul Ulum Kawal tidak muncul dari satu aspek saja, melainkan dari gabungan beberapa hal, yaitu penguatan nilai keagamaan, prestasi ekstrakurikuler, serta kedekatan dan keramahan kepala sekolah. Hal ini menunjukkan bahwa berbagai strategi *Branding School* yang dijalankan oleh MTs Miftahul Ulum Kawal, baik pada aspek akademik dan keagamaan, ekstrakurikuler, pelayanan, kedisiplinan, maupun capaian mutu, secara bersama-sama turut membentuk persepsi positif peserta didik dan berkontribusi terhadap meningkatnya jumlah peserta didik baru dari tahun ke tahun di MTs Miftahul Ulum Kawal.

Peminatnya datang dari berbagai daerah di sekitar Kecamatan Gunung Kijang, bahkan ada pula yang berasal dari Tanjungpinang. Berdasarkan hasil observasi yang dilakukan penulis diketahui minat peserta didik untuk bersekolah di MTs Miftahul Ulum Kawal terus meningkat setiap tahunnya pada periode tahun 2022/2023 hingga 2025/2026:

Gambar II
Daftar Peserta Didik Baru MTs Miftahul Ulum Kawal



Sumber : MTs Miftahul Ulum Kawal

Bercermin dari data tersebut, dapat diketahui peminat MTs Miftahul Ulum Kawal terus meningkat. Pada tahun 2022/2023 sebanyak 80 peserta didik baru, tahun 2023/2024 sebanyak 91 peserta didik baru, tahun 2024/2025 sebanyak 110 peserta didik baru dan di tahun 2025/2026 meningkat sebanyak 124 peserta didik baru, berdasarkan perhitungan rata-rata pertumbuhan tahunan (CAGR). Jumlah peserta didik baru mengalami pertumbuhan sekitar 15% pertahun selama periode 2022-2025. Hal ini menunjukkan bahwa secara keseluruhan terjadi peningkatan yang stabil dan berkelanjutan dalam kurun waktu tersebut. sehingga pada tahun 2025/2026 MTs Miftahul Ulum Kawal ditetapkan sebagai sekolah paling banyak peserta didik baru Se-Kecamatan Gunung Kijang.

Kenaikan jumlah siswa dari tahun ke tahun tersebut menunjukkan adanya tren pertumbuhan yang positif terhadap minat masyarakat untuk menyekolahkan anaknya di MTs Miftahul Ulum Kawal. Dengan demikian, peningkatan jumlah siswa bukan hanya menunjukkan keberhasilan dalam penerimaan peserta didik baru, tetapi juga menjadi indikator kepercayaan masyarakat terhadap MTs Miftahul Ulum Kawal.

Pada kelas VII MTs Miftahul Ulum Kawal, mengalami peningkatan yang sangat konsisten. Sehingga pada penerimaan peserta didik baru tahun 2024/2025 yang pada saat ini menduduki kelas VII, mereka menjadi pemecah rekor Sekecamatan Gunung Kijang dengan mendapat penghargaan penerimaan peserta didik terbanyak. Walaupun MTs Miftahul Ulum Kawal mengalami peningkatan yang tidak terlalu tinggi, namun peningkatan ini selalu konsisten setiap tahunnya. Hal ini menjadi suatu kebanggaan tersendiri oleh sekolah tersebut, dan menjadi suatu acuan *Branding School* yang direalisasikan. Penelitian ini kemudian difokuskan pada peserta didik kelas VII Mts Miftahul Ulum Kawal. Didasarkan bahwa peserta didik berada pada fase awal memasuki satuan pendidikan dimadrasah, sehingga minat bersekolah masih sangat dipengaruhi oleh upaya peningkatan yang dibangun oleh lembaga. Pada fase ini, *Branding School* berperan signifikan dalam membentuk persepsi dan ketertarikan peserta didik terhadap sekolah, sehingga kelas VII dinilai paling relevan dalam penelitian ini.

Berdasarkan uraian fenomena yang telah dipaparkan, bahwa *Branding School* yang telah dilakukan oleh MTs Miftahul Ulum Kawal, upaya-upaya tersebut menunjukkan adanya proses pembentukan identitas dan citra lembaga secara terarah. Strategi yang dijalankan tidak hanya sebatas aktivitas formal, tetapi merupakan rangkaian tindakan yang bertujuan membangun kesan, reputasi dan diferensi di mata masyarakat sehingga terlintas di benak masyarakat. Melalui implementasi tersebut, MTs Miftahul Ulum Kawal telah berupaya membentuk branding di benak konsumen melalui program

Branding School. Branding tersebut berfungsi sebagai sarana untuk menanamkan nilai, keunggulan, dan karakter lembaga sehingga dapat menciptakan kekuatan citra lembaga di mata masyarakat. Pelaksanaan *Branding School* tersebut disertai dengan peningkatan jumlah peserta didik baru dari tahun ke tahun. Namun, belum dapat dipastikan apakah peningkatan tersebut benar-benar disebabkan oleh *Branding School* atau oleh faktor lain di luar branding.

Hal ini juga didukung, pada observasi awal 27 oktober 2025, penulis mewawancarai Kepala Sekolah yaitu bapak Adrian Riadi,S.Pd. Beliau mengatakan bahwa,

“*Branding School* yang di laksanakan MTs Miftahul Ulum Kawal sudah dilaksanakan dan terlihat peserta didik meningkat, tetapi kami tidak dapat membuktikan dan bicara bahwa apa yang sudah dilakukan itu berhasil dan berpengaruh pada minat dan apa itu dampak dari *branding* atau strategi yang dilakukan, karena menghawatirkan kemungkinan ada pengaruh lain diluar *branding* yang dibangun.”¹⁷”.

Oleh karena itu, diperlukan penelitian yang mengkaji secara empiris dan sistematis. Maka penulis tertarik untuk melakukan penelitian lebih lanjut dengan mengangkat judul penelitian “**Pengaruh *Branding School* Terhadap Minat Peserta Didik Kelas VII Di Madrasah Tsanawiyah Swasta Miftahul Ulum Kawal**”

B. Rumusan Masalah

Berdasarkan pemaparan di latar belakang diatas maka penulis merumuskan masalah dalam penelitian adalah

¹⁷ Wawancara dengan Adrian Riadi,Kepala Sekolah di MTs Miftahul Ulum Kawal, Tanggal 27 Oktober 2025.

1. Apakah terdapat pengaruh *Branding School* terhadap minat peserta didik kelas VII di MTs Miftahul Ulum Kawal ?
2. Seberapa besar pengaruh *Branding School* terhadap minat peserta didik di VII MTs Miftahul Ulum Kawal ?

C. Tujuan Penelitian dan Kegunaan Penelitian

1. Tujuan Penelitian
 - a. Untuk mengetahui apakah terdapat pengaruh *Branding School* terhadap minat peserta didik kelas VII di MTs Miftahul Ulum Kawal
 - b. Untuk mengetahui seberapa besar pengaruh *Branding School* terhadap minat peserta didik di VII MTs Miftahul Ulum Kawal
2. Kegunaan penelitian
 - a. Secara Teoritis
 - 1) Sebagai pemberian wawasan terhadap lembaga pendidikan tentang apakah pengaruh dan seberapa besar *Branding School* terhadap minat peserta didik
 - 2) Memberi informasi kepada mahasiswa STAIN Sultan Abdurahman Kepulauan Riau dalam penyusunan skripsi yang akan mendatang
 - 3) Penelitian ini diharapkan menjadi acuan peningkatan dalam menerapkan *Branding School* dalam meningkatkan peserta didik
 - b. Secara Praktis

- 1) Bagi MTs Miftahul Ulum Kawal, dapat menjadi bahan evaluasi dan pengambilan kebijakan dalam pengembangan dan menentukan strategi *branding* yang tepat terarah dan berkelanjutan.
- 2) Bagi Program Studi, dapat berguna untuk mahasiswa prodi Manajemen Pendidikan Islam dalam menambah wawasan dan bahan bacaan tentang penerapan *Branding School* terhadap minat peserta didik.

D. Kajian Terdahulu

Untuk menghindari pengulangan dalam penelitian, maka penulis melakukan peninjauan ulang dalam tinjauan pustaka. Penulis melakukan peninjauan dalam kajian terdahulu melalui skripsi yang relevan. Kajian pustaka adalah bagian yang berisi kajian kritis terhadap sejumlah penelitian yang terkait dengan topik yang sedang dikerjakan. Dari peninjauan ulang didapati beberapa skripsi yang relevan diantaranya :

1. Skripsi karya Syifa Syafiani tahun 2025 Universitas Islam Negeri Alaudin Makassar dengan judul **“Pengaruh promosi dan citra sekolah terhadap minat peserta didik MA Darul Istiqamah Kab. Banggai Laut”** Pada skripsi ini menunjukkan nilai F_{hitung} sebesar 72,272 dan nilai F_{tabel} pada Tingkat signifikan 5% sebesar 3,16. Berdasarkan uji f tersebut dengan nilai $72,272 > 3,16$ dan nilai signifikan yakni $0,000 < 0,05$ yang artinya H_a diterima dan H_0 ditolak. Oleh karena itu dapat disimpulkan bahwa ada pengaruh secara simultan yang

signifikan antara variabel promosi (X) dan variabel citra sekolah (X₂) terhadap variabel minat peserta didik (Y) di MA Darul Iatiqamah Banggai Laut¹⁸. persamaan dari penelitian ini sama sama meneliti variabel terikat citra atau *branding* sekolah sebagai variabel dependen, penelitian sama sama menggunakan metode kuantitatif. Adapun perbedaannya Penelitian terdahulu menggunakan 2 variabel indenpenden sedangkan penulis hanya satu variabel independent. Terdapat perbedaan pada lokus penelitian

2. Skripsi Karya Sa'diyatul Mu'awanah Tahun 2023 Universitas Islam Negeri Sunan Ampel Surabaya dengan judul **“Pengaruh *Branding* Lembaga terhadap keputusan santri memilih pondok pesantren di Kecamatan Kembangbahu Lamongan”**. Pada skripsi ini didapati hasil menunjukkan bahwa *branding* lembaga (X) berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan santri memilih pondok pesantren (Y). Berdasarkan hasil uji t, diperoleh nilai $t_{\text{tabel}} > t_{\text{hitung}} = 8,844 >$ yang diperoleh $t_{\text{tabel}} = 1,984$, yang berarti secara parsial variabel *branding* lembaga berpengaruh signifikan terhadap keputusan santri memilih pondok pesantren di Kecamatan Kembangbahu Lamongan¹⁹.
Selanjutnya, hasil uji F menunjukkan bahwa $F_{\text{hitung}} = 78,201 > F_{\text{tabel}} = 3,09$, sehingga dapat disimpulkan

¹⁸ Syifa Syafiani, “Pengaruh Promosi Dan Citra Sekolah Terhadap Minat Peserta Didik Ma Darul Istiqamah Kab. Banggai Laut Prov. Sulawesi Tengah,” *Universitas Islam Negeri Alaudin Makasar*, 2025.

¹⁹ Sa'diyatul Mu'awanah, “Pengaruh *Branding* Lembaga,” *Universitas Islam Negeri Sunan Ampel Surabaya*, 2023.

bahwa *branding* lembaga secara simultan berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan santri dalam memilih pondok pesantren. Nilai koefisien determinasi (R^2) sebesar 0,612, yang berarti bahwa 61,2% variasi keputusan santri dipengaruhi oleh *branding* lembaga, sedangkan sisanya 38,8% dipengaruhi oleh faktor lain di luar penelitian ini. persamaan dalam penelitian ini yaitu sama sama membahas tentang *branding* lembaga Pendidikan, dan menggunakan metode kuantitatif sedangkan perbedaannya penulis fokus pada satu objek atau satu sekolah saja, sedangkan penelitian sebelumnya focus pada seluruh pesantren yang ada di kecamatan

3. Skripsi karya Adam Izha Maulana Tahun 2025 Universitas Islam Negeri Maulana Malik Ibrahim Malang dengan judul **“Strategi *School Branding* Dalam Meningkatkan Daya Tarik Calon Peserta Didik Baru Di Madrasah Ibtidaiyah Raja Unggulan Jenggawah Jember”** Hasil penelitian menunjukkan bahwa strategi *School branding* memiliki peran penting dalam meningkatkan daya tarik lembaga sekolah. Strategi-*branding* yang diterapkan mencakup aspek citra sekolah, identitas visual (logo, slogan), pengalaman peserta didik, keterlibatan alumni, dan komunikasi eksternal melalui media sosial serta kegiatan promosi²⁰. Penggunaan strategi *branding* yang konsisten dan terpadu berhasil membentuk persepsi positif dari calon siswa dan

²⁰ Adam Izha Maulana, “Strategi *School Branding* Dalam Meningkatkan Daya Tarik Calon Peserta Didik Baru Di Madrasah Ibtidaiyah Raja Unggulan Jenggawah Jember,” *Universitas Islam Negeri Maulana Malik Ibrahim Malang*, 2025,)

orang tua. Persepsi positif ini kemudian berkontribusi pada keputusan untuk memilih sekolah tersebut, baik dari segi kualitas pendidikan, fasilitas, lingkungan belajar yang kondusif, maupun reputasi sekolah di komunitas. Penelitian juga menemukan bahwa *branding* bukan sekadar identitas visual, namun lebih kepada bagaimana sekolah secara aktif membangun relasi dan narasi yang kuat sehingga menjadi “citra pilihan” di mata publik. Hal ini terlihat dari respon peserta didik/alumni yang menyebut bahwa mereka memilih lembaga karena “terasa istimewa”, “menerapkan nilai keunggulan”, dan “terkenal di lingkungan sekitar”. Persamaan pada peneliti terdahulu sama sama fokus terhadap *Branding School* . Adapun perbedaannya pada metode penelitian, peneliti sebelumnya menggunakan metode kualitatif sedangkan penulis menggunakan metode kuantitatif

Tabel I
Persamaan dan Perbedaan Kajian terdahulu

NO	Nama, Judul, dan Tahun	Persamaan	Perbedaan
1.	Skripsi karya Syifa Syafiani tahun 2025 Universitas Islam Negeri Alaudin Makassar dengan judul “pengaruh promosi dan citra sekolah terhadap minat peserta didik MA Darul Istiqamah Kab. Banggai Laut”	persamaan dari penelitian ini sama sama meneliti variable terikat citra atau branding sekolah sebagai variable dependen, penelitian sama sama menggunakan metode kuantitatif.	perbedaannya Penelitian terdahulu menggunakan 2 variabel indenpenden sedangkan peulis hanya satu variable independent. Terdapat perbedaan pada lokus penelitian 45

E. Kerangka Teori

Perkembangan dunia pendidikan saat ini mendorong setiap lembaga untuk tidak hanya menyediakan layanan pembelajaran, tetapi juga mengelola citra dan reputasi secara strategis. Dalam konteks persaingan sekolah yang semakin ketat, *branding* menjadi salah satu pendekatan penting untuk

memperkuat posisi sekolah di mata masyarakat. *Branding School* kemudian menjadi bagian dari strategi manajerial yang bertujuan membangun persepsi positif, membedakan sekolah dari lembaga lain, dengan begitu dapat menarik minat peserta didik.

Pada variabel *Branding School* , penulis menggunakan teori *branding* dari Kotler dan Keller²¹, Mereka mengatakan bahwasannya:

“branding is endowing product and services with the power of brand, it’s all about creating difference between product”

Maksud dari pernyataan ini adalah *branding* merupakan proses strategis yang dilakukan untuk memberikan kekuatan dan identitas pada suatu product atau layanan sehingga menjadi berbeda, dan diingat oleh audience. Dalam penelitian ini, hal ini berarti sekolah melakukan upaya sistematis untuk menonjolkan identitas, keunggulan, dan nilai nilai unik yang membedakan, sehingga *audience* seperti siswa, orang tua dan masyarakat memiliki persepsi positif terhadap sekolah tersebut.

Minat merupakan salah satu faktor penting dalam proses pendidikan, karena dapat mempengaruhi keputusan dalam pemilihan sekolah. Pada variabel minat peserta didik dijelaskan melalui teori minat dari Lester D.Crow and Alice Crow²² yang mengatakan bahwasannya,

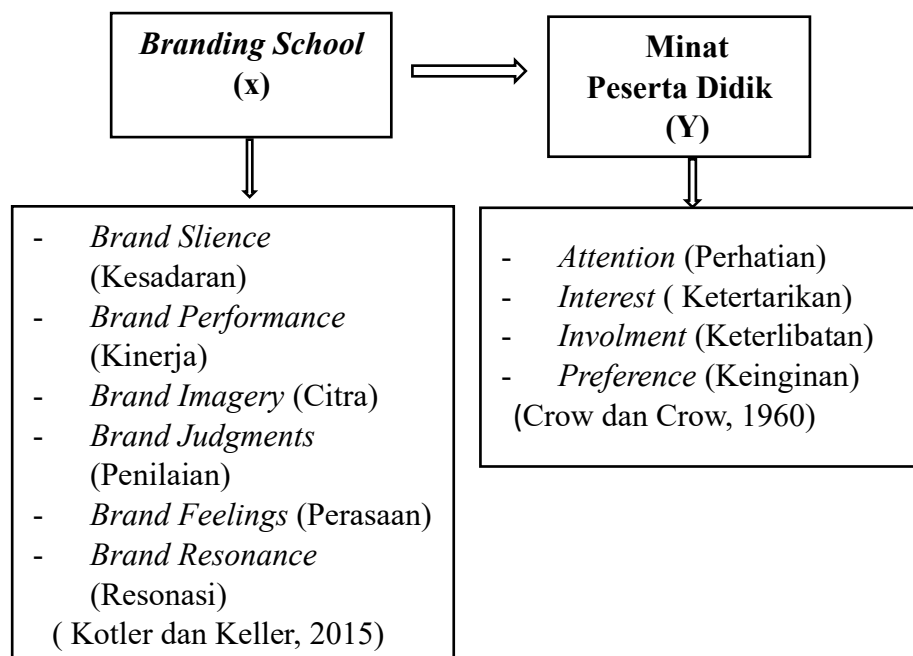
“Interest is a motivating force that involves a person’s tendencies to attend to, deal with, or become involved in certain activities, objects, people, or experiences.”

²¹ Kevin Lane Keller Philip T.Kotler, *Marketing Management 15e* (Pearson, 15th Edition, 2015), hlm.323.

²² A. Crow, L D.;Crow, *Educational Psychology*, Revised Ed (New York: American Book Company, 1960), hlm.248.

Yaitu minat adalah kekuatan motivasi yang mendorong individu untuk memperhatikan, berinteraksi dan terlibat dalam aktivitas, objek, orang atau pengalaman tertentu dengan kata lain minat bukan sekedar rasa suka, tetapi merupakan dorongan intirinsik yang membuat individu secara aktif terlibat dan berpartisipasi. Minat menjadi penentu utama dalam menentukan pilihan sebagai dorongan akan sesuatu.

Kerangka berikut ini digunakan oleh penulis untuk menguji apakah *Branding School* berpengaruh terhadap minat peserta didik :



Keterangan :

X : Variabel Bebas (*Branding School*)

Y : Variabel Terikat (Minat Peserta Didik)

F. Sistematika Penulisan

Penulisan proposal ini disusun dengan menggunakan uraian yang sistematis untuk memperoleh pemahaman terhadap persoalan yang akan diteliti.

BAB I

PENDAHULUAN

Bab ini menjelaskan tentang latar belakang masalah, rumusan masalah, tujuan penelitian dan kegunaan penelitian, kajian terdahulu, kerangka teori, metode penelitian, dan sistematika pembahasan.

BAB II

KONSEP TEORITIS & OPERASIONAL

Bab ini berisi mengenai konsep teoritis yang akan diteliti yang merupakan objek formal dalam penelitian. Selain itu pada bab ini juga terdiri dari hipotesis penelitian serta operasional variabel

BAB III

METODOLOGI PENELITIAN

Bab ini berisi mengenai seputar metode penelitian yang digunakan peneliti berupa desain penelitian. Desain penelitian terdiri dari jenis, lokasi, subjek dan objek penelitian, selain itu bab ini berisi populasi dan sampel, teknik pengumpulan data dan teknik analisis data.

BAB IV

PENYAJIAN DAN ANALISIS DATA

Bab ini membahas deskripsi dan pembahasan hasil penelitian. Pada bagian ini peneliti menyajikan data berupa gambaran umum lokasi, hasil penyajian data serta analisis data yang didapat dari proses penelitian.

BAB V

PENUTUP

Bab ini berisi Kesimpulan dan saran dari penelitian

DAFTAR PUSTAKA

- Ade, S S. *Brand Marketing: The Art Of Branding (A. Sudirman, Ed.). Media Sains Indonesia*, 2022.
- Azizah, Yekti, Alief Budiyo, Islam K H Negeri, Zuhri Saifuddin, and Indoensia Purwokerto. "Implementasi *Branding* Sekolah Dalam Meningkatkan Mutu Pendidikan Sekolah Dasar." *El-Muhbib Jurnal Pemikiran Dan Penelitian Pendidikan Dasar* 7, no. 1 (2023): hlm.134. <https://doi.org/10.52266/el-muhbib.v7i2>. diakses 1 April 2026.
- Bina, Rahmi Ramadhani dan Nuraini Sri. *Statiska Penelitian Pendidikan : Analisis Perhitungan Matematis Dan Aplikasi SPSS*. Jakarta : Kencana Prenada Media, 2021.
- Budiarti, Erna, Dian Anggreini, Deni Agus Panca Susanti, Yunita Damayanti, and Yunita Yunita. "Strategi *Branding* Sekolah Dalam Meningkatkan Kepercayaan Masyarakat Di Indonesia." *JlIP - Jurnal Ilmiah Ilmu Pendidikan* 6, no. 5 (2023): hlm. 3569. <https://doi.org/10.54371/jlIP.v6i5.2074>. diakses 1 April 2026.
- Chatterjee, Aditi. "Branding: The Complete Story." *International Journal of Novel Research and Development* 8, no. 6 (2023): 578–86. <https://doi.org/10.56975/ijnrd.v8i6.198277>. diakses 1 April 2026.
- Crow, L D.; Crow, A. *Educational Psychology*. Revised Ed. New York: American Book Company, 1958.
- Dani Nur Saputra, S.P.M.S., S.H.M.H. Novita Listyaningrum, S.K.M.T. Yermias J. I. Leuhoe, S.S.M.S. Apriani, S.P.M.P. Dr. Asnah, and M P Dr. Titi Rokhayati. *Buku Ajar Metodologi Penelitian*. 0. Feniks Muda Sejahtera, 2022.
- Darma, Budi. *Statistika Penelitian Menggunakan SPSS (Uji Validitas, Uji Reliabilitas, Regresi Linier Sederhana, Regresi Linier Berganda, Uji t, Uji F, R²)*. Guepedia, 2021.
- Azmil Mufarohah. "Strategi Lembaga Pendidikan Dalam Meningkatkan *School Branding*." *Jurnal Pendidikan Dasar* 2, no. 1 (2024): 32.

Fawzi, Marissa Grace Hauqe, Ahmad Syarief Iskandar, Heri Erlangga, Nurjaya, Denok sunarsi. *Strategis Pemasaran Kosep, Teori Dan Implementasi*. Pascal Books, 2022.

Febriana, Bambang prasetyo dan Nurfian. *Strategi Branding: Teori Dan Perspektif Komunikasi Dalam Bisnis*. Universitas Brawijaya Press, 2022.

Hemsley-Brown., Izhar Oplatka dan Jane, and Abstract: “Research on *School Marketing*, Current Issues and Future Directions, an Updated Version’.” *Internasional Journal of Educational Manajement* 20, no. 4 (2022): 208.

Indah, Nur Hasanah, Anisa Rahmania, Enik Magfiroh, Ahmad Nofahul Qoyim, and Ahmad Ferdi Ari Ilham. “Strategi Pemasaran Untuk Membangun *School Branding* Dalam Upaya Meningkatkan Daya Saing Lembaga Pendidikan Di MA NU Sunan Giri Prigen KAB. Pasuruan.” *El-Mujtama: Jurnal Pengabdian Masyarakat* 4,no.5(2024):2708–15.
<https://doi.org/10.47467/elmujtama.v4i5.3708>. diakses 1 April 2026

Indonesia, Republik. “Undang-Undang (UU)No 15 Tahun 2001 Tentang Merek’.” Sekretariat Negara Republik Indonesia, 2001.

Ipsos. “Global Education Monitor : Public Opinion on Education.” *Ipsos* 18, no. 7 (2023): 6.

Joko Susiolo, Mohamad. “Strategi *Branding* Sekolah Dalam Meningkatkan Animo Siswa Dan Awareness Masyarakat.” *Jurnal Pendidikan Dompot Dhuafa* Vol 12.No(2022):1–6.

Kasiono, “F. Nuansa Pendidikan Islam Dalam Uu Ri No 20 Tahun 2002 Tentang Sisdiknas : Peran Dan Tujuan Pendidikan Nasional.” *Jurnal Pendidikan Dan Kebudayaan*, 2022.

Katadata Insight Center. “Survei System Penerimaan Murid Baru (SPMB)2025, Kementerian Pendidikan Dan Kebudayaan.” *Kementerian Pendidikan Dan Kebudayaan,2025*.<https://internal-portal.kemdikbud.go.id/siaran-pers/13794-survei-kicmayoritas-publik-nilai-spmb-lebih-baik-daripada-p>. diakses 19 Oktober 2025.

- Kusuma, Aditya Halim Perdana, Acai Sudirman, Agung Purnomo, Siti Aisyah, Syafrida Hafni Sahir, Astri Rumondang, Salmiah Salmiah, Fitria Halim, Alexander Wirapraja, and Darmawan Napitupulu. *Brand Management: Esensi, Posisi Dan Strategi*. Yayasan Kita Menulis, 2020.
- Maulana, Adam Izha. "Strategi *School Branding* Dalam Meningkatkan Daya Tarik Calon Peserta Didik Baru Di Madrasah Ibtidaiyah Raja Unggulan Jenggawah Jember." *Universitas Islam Negeri Maulana Malik Ibrahim Malang*, 2025.
- Mu'awanah, Sa'diyatul. "Pengaruh *Branding* Lembaga." *Universitas Islam Negeri Sunan Ampel Surabaya*, 2023.
- Mufroh, Siti Adkha, Umami Sholikhah, Siti Adkha Mufroh, and Umami Sholikhah. "Kualitas Tenaga Pendidik Dalam Meningkatkan Mutu Pendidikan Di Madrasah Aliyah Negeri 1 Jepara Quality of Educators in Improving the Quality of Education at Madrasah Aliyah Negeri 1 Jepara." *Jurnal Pendidikan* 33, no. 2 (2024): 575–82.
- Muhammad Taufiq Azhari, M P, M P Al Fajri Bahri, M S Drs. Asrul, M H Prof. Dr. Tien Rafida, and A Juansa. *Metode Penelitian Kuantitatif*. PT. Sonpedia Publishing Indonesia, 2023..
- Novitasari, Andini. "Hubungan Pengetahuan Dengan Sikap Siswa Tentang Pendidikan Untuk Pembangunan Berkelanjutan." Jakarta: FITK UIN Syarif Hidayatullah Jakarta, 2020.
- Nurhasanah, S. *Statistika Pendidikan: Teori, Aplikasi, Dan Kasus, Edisi 2*. Penerbit Salemba, 2023.
- Nuril Ayunisa, Laily, and Muhamad Sholeh. "Strategi Lembaga Pendidikan Formal Dalam Meningkatkan *School Branding* Pada Masa Pandemi Covid-19." *Jurnal Inspirasi Manajemen Pendidikan* 10, no. 1 (2022): 59–72.
- Philip T. Kotler, Kevin Lane Keller. *Marketing Management 15e*. Pearson, 15th Edition, 2015.
- Putra, *Metode Penelitian Kuantitatif: Teori Dan Panduan Praktis Analisis Data Kuantitatif*, n.d.(2023)

Saptiningsih, Fathul Mujib dan Tutik. *School Branding Strategi Di Era Disruptif*. Vol. 2. Bumi Aksara, 2020.

Sheramita Octaviana. "Pengaruh Sistem Pembayaran Ukt Terhadap Prestasi Akademik Mahasiswa." *Universitas Islam Negeri Syarif Hidayatullah Jakarta*, 2020, 1–157.
<http://repository.uinjkt.ac.id/dspace/handle/123456789/53141>. di akses 1 April 2026

Simbolon, Pormadi. "Mengapa Sekolah Berbasis Agama Kian Diminati?" *Kementrian Agama Republik Indonesia*, 2025.

Subhaktiyasa, Putu Gede. "Penerapan Statistik Deskriptif: Perspektif Kuantitatif Dan Kualitatif,." *Jurnal Edukasi Matematika Dan Sains* 14, no. 1 (2025): 98.

Sugiyono. *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif Dan R&D*. Alfabeta, 2023

Syahidi, Aulia Akhrian, Subandi Subandi, M. Helmy Noor, and Herlinawati Herlinawati. "Pelatihan Pembuatan Dan Pemanfaatan Aplikasi Berbasis Mobile Untuk Digital Marketing Pada PAUD Terpadu Ananda Rantau Dalam Mendukung *School Branding*." *Kacaneegara Jurnal Pengabdian Pada Masyarakat* 6, no. 4 (2023): 507.

Syifa Syafiani. "Pengaruh Promosi Dan Citra Sekolah Terhadap Minat Peserta Didik Ma Darul Istiqamah Kab. Banggai Laut Prov. Sulawesi Tengah." *Universitas Islam Negeri Alaudin Makasar*, 2025.

Triwijayanti, Nobita, Herry Sanoto, Mila Paseleng, and Universitas Kristen Satya Wacana Salatiga. "Pengaruh Kualitas Layanan Pendidikan, Budaya Sekolah, Citra Sekolah Terhadap Kepuasan Orang Tua The Effect of Education Services Quality, *School Cultures, School Images* toward Parental Satisfactions." *Jurnal Pendidikan Dan Kebudayaan* 12, no. 1 (2022): 74–80.

Turmudi, Moh., and Sun Fatayati. "Komunikasi Pemasaran Jasa Pendidikan." *Indonesian Journal of Humanities and Social Sciences* 2, no. 1 (2021): 69–78.
<https://doi.org/10.33367/ijhass.v2i1.1910>. diakses 1 April 2026.

Wasilah, Wasilah, and Muslimah Muslimah. “Fenomena Kemunculan Sekolah ‘Elit’ Islam Di Indonesia (Analisis Aspek Manfaat Dan Mudhorot).” *Jurnal Pendidikan Dan Kewirausahaan* 11, no. 1 (2022): 141–56.

Wibowo, Agus. *Branding Digital*. Yayasan Prima Agus Teknik, 2021.

Wiryopranoto, Suhartono. *Ki Hajar Dewantara Pemikiran Dan Perjuangan. Museum Kebangkitan Nasional Direktorat Jenderal Kebudayaan Kementerian Pendidikan Dan Kebudayaan*, 2017. Museum Kebangkitan Nasional Direktorat Jenderal Kebudayaan Kementerian Pendidikan dan Kebudayaan.

Wulandari, Kristi. “Meningkatkan Kualitas Pendidikan Serta Prinsip Penting Dalam Guru Dan Manajemen Pendidikan.” *Jurnal Riset Multidisiplin Dan Inovasi* 2, no. 02 (2024): 464–72.