

DAFTAR PUSTAKA

Buku

- Abdussamad, Z. (2021). *Metode Penelitian Kualitatif*. In CV. syakir Media Press.
- Antaiwan Bowo Pranogyo, J. H. (2024). *Komunikasi Pemasaran Terpadu*. Eureka Media Aksara.
- Arianto, B. (2024). *Triangulasi Metode Penleitian Kualitatif*. Borneo Novelty Publishing.
- Bambang, N. S. (2020). *Strategi Branding Teori Dan Perspektif Komunikasi Dalam Bisnis*. UB Press.
- Elvera, & Astarina, Y. (2021). *Metodologi Penelitian*. Andi.
- Fiantika, Feny, R. (2022). *Metodologi Penelitian Kualitatif*. PT. Global Eksekutif Teknologi.
- Firmansyah, M. A. (2020). *Komunikasi Pemasaran*. CV. Qiara Media.
- Hermawan, A. (2017). *Komunikasi Pemasaran*. Erlangga.
- Kasemin, K. (2016). *Paradigma Teori Komunikasi Dan Paradgima Penelitian Komunikasi*. Media Nusa Creative.
- Kriyantono, R. (2014). *Teknik Praktis Riset Komunikasi*. Kencana.
- Mayasari, I., Wijanarko, A., Risza, H., Kurniaty, D., Apriyana, N., Wiadi, I., & Chadijah. (2020). *Branding Konsep dan Studi Merek Lokal*. Paramadina.
- Pradono, J., & Kasnodihardjo, R. S. N. K. (2018). *Panduan Penelitian dan Pelaporan Penelitian Kualitatif*. Balitbangkes.
- Sitorus, S. A., Romli, N. A., Tingga, C. P., Sukanteri, N. P., Putri, S. E., Ghet, A. P. K., Wardhana, A., Nugraha, K. S. W., Hendrayani, E., Susanto, P. C., Primasanti, Y., & Ulfah, M. (2020). *Brand marketing: The art of branding*. CV Media Sains Indonesia.
- Sundari, Eva dan Hanafi, I. (2024). *Strategi Pemasaran*. UIR Press.
- Susanto, P. C. (2022). Brand Positioning dan Brand Value Value. In *Brand Marketing: the Art of Branding*. Media Sains Indonesia.

Swasty, W. (2016). *Branding Memahami dan Merancang Strategi Merek*. PT Remaja Roskarya.

Tasnim, Sudarso, A., Anggusti, M., Munthe, R. N., Tanjung, R., Mistriani, N., Setiawan, Y. B., Simatupang, S., Sari, O. H., Saragih, L., Purba, B., Sari, M., & Dewi, I. K. (2021). *Komunikasi pemasaran*. Yayasan Kita Menulis.

Wardhana, A. (2024). *Brand management in The Digital Era*. Cv. Eureka Media Aksara.

Zainurossalamia, S. (2020). *Manajemen Pemasaran*. Forum Pemuda Aswaja.

Jurnal

Afandi, P. (2013). Brand Association Pada Suatu Produk. *Jurnal Among Makarti*, 6(12), 1–9.

Alwan, Menza Hendri, dan D. (2017). Faktor-Faktor Yang Mendorong Siswa MIA SMAN Mengikuti Bimbingan Belajar Luar Sekolah Di Kecamatan Telanaipura Kota Jambi. *Jurnal EduFisika*, 02(01), 25–37.

Andhika, M. F., & Ariyani, N. (2025). Arti Strategis Membangun Merek yang Kuat (Tinjauan Literatur). *Jurnal Ilmu Manajemen, Ekonomi Dan Kewirausahaan*, 5(3), 659–668.

Award, M. N., Dhohiah, D., & Andriyani, Y. (2023). Comparison of Learning Effectiveness Using Online and Offline Methods. *International Journal of Instruction and Smart Education*, 1(2), 53–58.

Azhari, A. (2025). Strategi Inovasi dan Diferensiasi Produk Untuk Meningkatkan Daya Saing UMKM di Era Digital. *Jurnal Manajemen & Kewirausahaan*, 10(1).

Budiarti, A. (2024). Strategic Brand Positioning in the Digital Marketplace: Insights from Emerging Businesses. *Jurnal Ilmiah Manajemen*, 12(2), 1023–1036.

Candra, C., & Afifah, N. (2020). Model Kualitas Layanan Dalam Membangun Kepuasan dan Loyalitas Pelanggan Pada Jasa Pendidikan. 2020(4), 45–56.

Dhea, P. I., & Setyawan, A. A. (2025). Pengaruh Pengalaman Merek , Kepercayaan dan Kepuasan dalam Membangun Merek : Loyalitas ; Sebuah Penelitian Empiris Tentang Merek Kosmetik Ramah Lingkungan. 6(1), 941–954.

Effendy, A. Y., & Kunto, Y. S. (2013). Pengaruh customer value proposition terhadap minat beli konsumen pada produk consumer pack premium baru Bogasari. *Jurnal Manajemen Pemasaran Petra*, 1(2), 1–8.

- Fadhlurrahman, Afdhal, T. T. (2023). Pengaruh Brand Awareness Dan Brand Image Terhadap Keputusan Penggunaan Layanan Linkaja. *Jurnal Ilmiah MEA (Manajemen, Ekonomi, Dan Akuntansi)*, 7(2), 1457–1473.
- Fahlefi, D. R., Indriastuti, A., & Heridiasyah, J. (2020). Pengaruh brand similiarity, brand reputation, brand perceived quality, dan brand innovation terhadap brand image permen Relaxa di Kabupaten Kendal. *Jurnal STIE Semarang*, 12(3), 82–95.
- Hasiholan, Leonardo, B., & Rusmawati, Y. (2019). Strategi Positioning Dalam Upaya Membangun Brand. *Jurnal Penelitian IPTEKS*, 4(2), 229–240.
- Helsa, Y., Marasabessy, R., Juandi, D., & Turmudi, T. (2022). Penerapan hybrid learning di perguruan tinggi Indonesia: Literatur review. *Jurnal Cendekia: Jurnal Pendidikan Matematika*, 7(1).
- Heryadi. (2018). Strategi Positioning Dalam Persaingan Bisnis (Points of Difference Dan Points of Parity). *Journal of Innovation and Entrepreneurship*, 03(03), 2477–3824.
- Hidayat, W., Widjaya, L., & Sutrisno, G. (2024). Peran brand awareness, brand association, perceived quality dan brand loyalty terhadap loyalitas pelanggan. *Jurnal Penelitian Manajemen*, 2(2), 12–23.
- Jadhav, G. (2025). *Brand Positioning Strategies for Competitive Advantage*. 5(2), 2275–2279.
- Joesyiana, K. (2018). Pengaruh word of mouth terhadap keputusan pembelian konsumen pada media online shop Shopee di Pekanbaru. *Jurnal Valuta*, 4(1), 71–85.
- Kurniawan, K. J., Wahyudi, R., & Hellyani, C. A. (2023). Brand awareness. *Jurnal Riset Manajemen Dan Ekonomi*, 1(3), 231–242.
- Michelle, Wahyudi, O. B., & Goenawan, F. (2021). Tingkat brand awareness masyarakat Surabaya terhadap Kollabora. *Jurnal e-Komunikasi*, 9(2), 1–9.
- Nugroho, H. S., Wisudawanto, R., & Musta'an. (2022). Penerapan strategi IMC (Integrated Marketing Communication) Syariah Hotel Solo. *Jurnal Ilmu Komunikasi*, 8(1), 1–6.
- Nurjayanti, & Arifin, I. (2025). Implementasi strategi digital branding melalui media sosial di Indonesia. *Mitzal (Demokrasi, Komunikasi dan Budaya): Jurnal Ilmu Pemerintahan dan Ilmu Komunikasi*, 10(1), 1–24.

- Widodo, H. P., Rinata, A. R., Fianto, L., & Ghofur, M. A. (2025). Strategi integrated marketing communication (IMC) Café Pupuk Bawang dalam memperkuat positioning merek. *Jurnal Komunikasi Nusantara*, 7(1), 192–203.
- Witoko, V. (2021). Aktivitas marketing public relations dalam membangun brand positioning di PT Foods Beverages Indonesia. *Jurnal Visi Komunikasi*, 20(1), 110–124.
- Purnomo, H. H. (2025). Strategi Peningkatan Brand Awareness Indibiz di Telkom Jakarta Barat Terhadap Pelaku Bisnis. *Jurnal Publikasi Ilmu Komunikasi Media Dan Cinema*, 7(2), 424–442.
- Rachmadani, R. (2024). Analisis pengaruh komunikasi pemasaran terpadu (IMC) terhadap brand awareness di kalangan konsumen milenial. *Jurnal Review Pendidikan dan Pengajaran*, 7(3).
- Rifai, H. A., Kumadji, S., & Yulianto, E. (2016). Pengaruh perluasan merek terhadap citra merek dan dampaknya terhadap minat beli (Survei pada pengguna produk induk merek Lifebuoy pada mahasiswa S1 dan D3 Universitas Brawijaya). *Jurnal Administrasi Bisnis*, 35(1), 120–126.
- Riefani, R. A. (2026). Menumbuhkan kepercayaan untuk loyalitas merek yang berkelanjutan: Peran kualitas, nilai, kepuasan, dan diferensiasi dalam layanan terapi anak. *Jurnal Administrasi Bisnis Terapan*, 8(1).
- Salma, Sulantari, W. T., Elviyana, L., & Rika, A. R. (2025). Konsep pokok dalam aspek pasar dan pemasaran pada aplikasi pembelajaran online Ruang Guru. *Jurnal Pengembangan Bisnis dan Ekonomi*, 6(3), 290–297.
- Samsidar, Agustinawati, Bahri, H., Saiful, A., & Ulfa, I. (2023). Analisis Pengaruh Positioning Terhadap Keputusan Pemilihan Objek Pariwisata Halal di Kota Lhokseumawe. *Jurnal Visioner & Strategis*, 12(2), 77–81.
- Sari, Y. M. (2025). Strategi Brand Positioning terhadap Brand Awareness Pada Merek Lokal Koto Batu. *Jurnal Bisnis Dan Komunikasi*, 12(1), 215–221.
- Setiawati, I. B., & Ismail, J. (2025). Pemanfaatan digital marketing dalam membangun brand awareness institusi pendidikan tinggi. *Jurnal Ilmu Komunikasi, Administrasi Publik dan Kebijakan Negara*, 2(1), 167–181.
- Sintyawati, A. D., Saroh, S., & Widayawati, E. (2024). Strategi Branding Sebagai Upaya Menarik Minat Kunjungan Ulang Wisatawan. *13(2)*, 124–133.
- Soetristiyono, Y. E., & Vanel, Z. (2022). Integrated marketing communication Naruna

Keramik dalam membangun brand awareness pada masa pandemi. *Jurnal Pustaka Komunikasi*, 5(2), 248–263.

Suwandi, E. A., Mutohar, P. M., & Sujianto, A. E. (2023). Implementasi customer relationship management (CRM) dalam meningkatkan pelayanan dan loyalitas pelanggan. *JMPI: Jurnal Manajemen, Pendidikan dan Pemikiran Islam*, 1(1), 13–26.

Wiyana, F. A., Pratama, R. I., Ramadhani, R. P., Fauzi, F. N., & Majdudin, F. N. (2025). Analisis Perbandingan Minat Siswa terhadap Bimbingan Belajar Offline dan Online Pada Jenjang Sekolah Menengah Atas. *Jurnal Inovasi Penelitian Pendidikan dan Pembelajaran*, 5(1), 24–33.

Zahara, A. P., Danial, R. D. M., & Samsudin, A. (2020). *Strategi Diferensiasi Sebagai Upaya Mewujudkan Keunggulan Bersaing pada UKM Furniture*. 8(1), 20–27.

Website

Brain Academy. (2021). *Tentang Brain Academy*. <https://www.brainacademy.id/tentang-kami> .

Dabu, P. (2022). Pandemi terkendali, Ruangguru perkuat lini bisnis offline melalui Brain Academy. *Iconomics*. <https://www.theiconomics.com/art-of-execution/pandemi-terkendali-ruangguru-perkuat-lini-bisnis-offline-melalui-brain-academy/>

Ruangguru. (2019). *Tentang Ruangguru*. <https://www.ruangguru.com>

Ruangguru. (2023, Juli 18). Sambut ajaran baru, Ruangguru ekspansi, hadirkan ratusan Ruangguru Learning Center [Siaran pers]. Kontan. <https://pressrelease.kontan.co.id/news/sambut-ajaran-baru-ruangguru-ekspansi-hadirkan-ratusan-ruangguru-learning-cente>