

Daftar Pustaka

- Aminah, S. (2022). Manajemen Strategi Keunggulan Bersaing Perguruan Tinggi Swasta (Studi Kasus di Universitas Mercu Buana Jakarta). *UIN Syarif Hidayatullah Jakarta*, 1-202.
- Aminah, S. N. (2020). Kontribusi Pengembangan Program dan Promosi Terhadap Peningkatan Minat Kursus di Lembaga Kursus dan Pelatihan (LKP) Farafi Metro . *IAIN Metro*, 1-61.
- Dwiyama, F. (2019). Brand Image: Upaya Memasarkan Pendidikan Bagi Lembaga yang Kurang Mampu Bersaing. *ADAARA*, 880-891.
- Išoraitè, M. (2018). Brand Image Theoretical Aspects. *Integrated Journal of Business and Economics*, 2(1), 116. <https://doi.org/10.33019/ijbe.v2i1.64>
- Kawurian. (2014). Analisis Strategi Pemasaran Bersaing dalam Industri Perhotelan di Kota Yogyakarta. *Universitas Atma Jaya Yogyakarta*, 9–17.
- M. Anang, F. (2019). Buku Pemasaran Produk dan Merek. *Buku Pemasaran Produk Dan Merek, August*, 336.
- M.IŠORAITÈ. (2018). Theoretical Aspect of Competitive Advantage. *Ecoforum*, 7(1(14)).
- [Michael_E_Porter]_Competitive_advantage_creatin(BookFi).pdf. In *Competitive Advantage: Creating and Sustaining Superior Performance* (pp. 33–35).
- Manurung, J. (2021). Membangun *Brand Image* Sebagai Manajemen Strategi dalam Upaya Meningkatkan Daya Saing pada Lembaga Pendidikan. *Inovatif*, 7, 365-381.
- M. Dian Ruhamak, B. R. (2016). Pengaruh Word of Mouth Terhadap *Purchase Intention* Melalui Brand Image pada Lembaga Kursus bahasa Inggris *Dynamic English Course. Jurnal Ekonomi universitas Kadiri*, 1, 188-204.

- Phoenna Ath Thariq, Asmaul Husna, Eza Aulia, Apri Rotin Djusfi, Rachmatika Lestari, Yuhdi Fahrimal, Rahmad Jhoanda. (2020). Sosialisasi Pentingnya Menguasai Bahasa Inggris Bagi Mahasiswa . *Jurnal Pengabdian Masyarakat: Darma Bakti Teuku Umar*, 12, 316-325.
- Prof. Dr. Sugiyono. (2022a). *METODE PENELITIAN Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D* (2nd ed.). alfabeta.
- Prof. Dr. Sugiyono. (2022b). *Penelitian Kuantitatif, kualitatif dan R&D* (2nd ed.). alfabeta.
- Prof. Dr. Sugiyono. (2022). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D* (2nd ed.). alfabeta.
- Roziqin, Z. (2018). Menggagas Competitive Advantage Melalui Branding Image di Madrasah Aliyah Nurul Jadid Paiton Probolinggo. *Jurnal Ilmiah DIDAKTIKA*, 18, 225-244.
- Strategi, P., Dan, R., Keunggulan, T., Pada, B., Roughrebel, C. V, Sukabumi, A., Pangestu, G. J., Sunarya, E., Mulia, F., & Sukabumi, U. M. (2022). The Role of Rebranding Strategy And Brand Image On Competitive Advantage On CV. Roughrebel Abadi Sukabumi. *Management Studies and Entrepreneurship Journal*, 3(1), 287–295. <http://journal.yrpiiku.com/index.php/msej>
- Wardhana, A. (2022). Brand Image Dan Brand Awareness. *Brand Marketing: The Art of Branding, January*, 105–116.
- Yufri, F. (2014). Manajemen Pemasaran jasa Pendidikan di Lembaga Kursus dan Pelatihan *Bugs Training Center Sleman* . *Universitas Negeri Yogyakarta*, 1-122.
- Website:
Education First. (2022). *The world's largest ranking of countries and regions by English skills*. Retrieved from EF English Proficiency Index: <https://www.ef.co.id/epi/>