

DAFTAR PUSTAKA

- Aaker David A, (2015) *Aaker on Branding:20 Prinsipel That Drive Succes*, PT Gramedia Pustaka Utama,2015
- Baron Robert, Byrne Don, (2008) *psikologi sosial*, Jakarta, penerbit erlangga
- Basu Swastha dan Irawan. 2003. *Manajemen Pemasaran Modern*. Yogyakarta: Liberty Offset.
- Basu Swastha. 2002. *Manajemen Pemasaran*. Jakarta: Penerbit Liberty.
- Buchari Alma. 2002. *Manajemen Pemasaran dan Pemasaran Jasa*. Bandung : CV. Alfabeta.
- Bob Sabran 2016 *Manajemen Pemasaran*,. Edisi 14 Jilid . Jakarta : Erlangga
- Boyd, Walker, Larreche. 2000. *Manajemen Pemasaran*. Jakarta: Erlangga.
- Craven David, 2014 *Marketing Manajemen* NewYork McGraw-Hill
- Djaslim Saladin. 2003. *Manajemen Pemasaran*. Bandung: Linda Karya.
- Firmansyah, Anang. 2019. *Pemasaran Produk Dan Merek (Planning & Strategy)*. Surabaya: Qiara Media.
- Gitosudarmo, Indriyo. 2000. *Manajemen Pemasaran*.. Yogyakarta: BPFE
- Ghozali, H.I.,& Kusumadewi, K.A (2023). PARTIAL LEAST SQUARES KONSEP, TEKNIK DAN APLIKASI Menggunakan Program SmartPLS 4.0 Untuk Penelitian Empiris. In *SmartPLS GmbH*.
- Hair, J., Black, W. C., Babin, J. B., & Andreson, R. E. (2014). *Multivariate Data Analysis. In Neuromarketing in India: Understanding the Indian Consumer* (7th ed.). Harlow: Pearson Education Limited. <https://doi.org/10.4324/9781351269360>
- Jantsch John .2022 *The Ultimate Marketing Engine* Penguin Group
- Jantsch John .2012 *The Referral Engine*, Penguin Group
- Jogiyanto.2015 *Analisis & Desain*, Andi Yogyakarta
- Kotler dan Amstrong. 2008. *Prinsip-prinsip Pemasaran*. Jakarta: Erlangga.
- Kotler, Philip, dan Kevin Lane Keller. 2018. *Manajemen Pemasaran*, Edisi 13, Jilid 1. Indonesia: Erlangga.

- Kotler, Philip and Kevin Lane Keller. 2016. *Marketing Managemen*, 15th Edition: Pearson
- Kotler dan Keller, 2012. *Marketing Management* Edisi 14, Global Edition. Pearson Prentice Hall
- Kotler dan Keller, 2020, *Marketing Manajamen* , *Prinsip prinsip Pemasaran* Pearson
- Lupiyoadi, Rambat, 2013. *Manajemen Pemasaran Jasa : berbasis Kompetensi (Edisi 3)*. Jakarta: Salemba Empat.
- Matin, 2014. *Manajemen Pembiayaan Pendidikan*. Jakarta: PT Raja Grafindo Persada.
- Mulyadi (2009), *Akuntansi Biaya*, Edisi ke-5 cetakan kesembilan, Penerbit UPPSTIM YKPN, Yogyakarta
- Peter J Paul, Olson Jerry C 2014, *Consumer Behavior and Marketing Strategy*, McGraw-Hil
- Rangkuti Freddy, (2015), *riset pemasaran*, PT Gramedia Pustaka Utama
- Rangkuti Freddy,(2006), *Analisis Swot Teknik Membedah Kasus Bisnis*, PT Gramedia Pustaka Utama 2006.
- Rangkuti Freddy, (2009) *strategi promosi* , Gramedia Pustaka Utama, 2009
- Robbins, Stephen P. dan Coulter, Mary. 2010. *Manajemen Edisi Kesepuluh*. Jakarta: penerbit Erlangga
- Robbins, 2016 *Perilaku Organisasi*, Salemba Empat,
- Setiadi, 2016 *Perilaku Konsumen*, Prenanda Media Group, Jakarta Timur
- Solso, Robert L Otto, Maclin, M Kimberly Maclin (2008), *Psikologi Kognitif* Jakarta Erlangga
- Sutojo, Siswanto. 2004. *Membangun Citra Perusahaan*. Jakarta: Damar Mulia Pusta
- Sugiyono.2021. *Metode Penelitian Pendidikan Kuantitatif, Kualitatif dan R&D* .Bandung:Alfabeta
- Schiffman, Leon G. dan Leslie Lazar Kanuk. 2010. *Consumer Behavior Tenth Edition*. Pearson Education.
- Schiffman, Leon G. dan Leslie Lazar Kanuk. 2019. *Consumer Behavior* . Pearson Education

- Suwarman, 2018 *Perilaku Konsumen (Edisi 2)*, Universitas Terbuka
- Tjiptono Fandy. 2001. *Manajemen Pemasaran dan Analisa Perilaku Konsumen*. Yogyakarta: BPFE
- Tjiptono Fandy, 2008. *Strategi Pemasaran* Andi, Yogyakarta 2008
- Tjiptono Fandy, 2015, *Strategi Pemasaran Edisi 4* Andi,
- Villamor, A., & Arguelles, R (2014), *Personal Selling and Social Media: Investigation Their Consequences to Consumer Buying Intention*. In *International Conference on Business, Management, and Corporate Social Responsibility*.
- ZeithML, 2018, *Services marketing : integrating customer focus across the firm*, New York :McGraw-Hill

Jurnal Penelitian:

- Abubakar and Haim Hilman (2022) *Building Marketing Intelligence Capability With the Internet of Thing for Competitiveness: Empirical Evidence of Selected Retail Companies in Oman*. *Jurnal for Global Business Advancement*
- Bohm dan Brun (2008) *Instuition and affect in risk perception and decision making*. In *Judgment and Decision Making*
- Arpah, S., Kunci, K., Strategi, :, Tinggi, P., & Baru, M. (n.d.). *Strategi Pemasaran*.
- Ariska, n. (2019). *Harga dan Pelayanan Terhadap Kepuasan Mahasiswa pada Politeknik LP3I Jakarta*. In *jakarta Gedung Sentra Kramat* (vol. 8, issue 1).
- Ali Alfarizi, Juhaini Alie, & Tien Yustini. (2022). *Pengaruh Brand Image, Lokasi Kampus dan Dukungan Fasilitas Terhadap Keputusan Mahasiswa dalam Memilih Perguruan tinggi swasta (pts) di kota palembang*. *Jumbiwira : jurnal manajemen bisnis kewirausahaan*, 1(2) 31–44. <https://doi.org/10.56910/jumbiwira.v1i2.60>
- Auliya Akademi Pariwisata Pertiwi jl Dewi Sartika, a., & Timur, j. (2016). *Biaya Kuliah, Promosi, dan Persepsi Terhadap Keputusan Memilih Perguruan Tinggi Swasta* (vol. 9, issue 1).
- Burhan, m. R., & Ibrahim, i. D. K. (2022). *Analisis Brand Image Universitas Muhammadiyah Mataram Sebagai Perguruan Tinggi Swasta (pts) di Nusa Tenggara Barat*. *Target : Jurnal Manajemen Bisnis*, 4(1), 67–78. <https://doi.org/10.30812/target.v4i1.2052>

- (Didit et al.,2019.) Didit, O., Sekolah, D., Ekonomi, T. I., & Surabaya, M. (n.d.).
*STUDI TENTANG PERAN PERSEPSI HARGA PREMI DAN
 PENGALAMAN MEREK TERHADAP MINAT MEREFERENSIKAN
 MEREK.*
- Dwi Aprillita. (2023). Pengaruh Citra dan Biaya Pendidikan Terhadap Keputusan Memilih Kuliah (Studi Kasus: Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Kristen Krida Wacana Semester i). *Management and Sustainable Development Journal*, 5(1), 76–91.
<https://doi.org/10.46229/msdj.v5i1.583>
- Dwi Nugraeni, R., Zuraida, L., Dwi Ariani, I., & Widya Wiwaha, S. (2022). Restu Dwi Nugraeni Lukia Zuraida Indita Dwi Ariani PENGARUH ADVERTISING, PERSONAL SELLING, SALES PROMOTION DAN PUBLICITY TERHADAP KEPUTUSAN MEMILIH PGRI YOGYAKARTA (STUDI PADA MAHASISWA TAHUN PERTAMA TAHUN AKADEMIK. In *Jurnal Riset Akuntansi dan Bisnis Indonesia STIE Wiya Wiwaha* (Vol. 2, Issue 1).
- Fauzira, i., & Wahyuni, j. (2024). *Pengaruh Brand Image Produk Eiger Terhadap Loyalitas*. 9, 48–56.
- Feriyana, w.,Ttrisna Negara, s., Timur, o., & Selatan, s. (2018). Promosi dan Pengaruhnya Terhadap Terhadap Animo Calon Mahasiswa Baru Dalam Memilih Perguruan Tinggi Swasta. *Jurnal aktual stie trisna negara*, 16(1), 21–27.
- Gabryela Manurung, n., Tison Gultom, b., & Simamora, b. A. (2023). *Hal. 259-271 issn 2987-744x (media online) Pengembangan Penelitian Pengabdian Jurnal Indonesia* (vol. 1, issue 4).
- Gading, l., Sayekti, p., Ridwan, f. R., ria, y., isdiyanti, c., & surveyandini, m. (2024). Pengaruh Bauran Pemasaran Terhadap Keputusan Mahasiswa Mengambil Studi di Fakultas Ekonomika dan Bisnis Universitas Wijayakusuma Purwokerto. *Manajemen Business Innovation Conference-mbic*, 7.
<https://jurnal.untan.ac.id/index.php/mbic/index>
- Hair, J. F., Ringle, C. M., & Sarstedt, M. (2011). PLS-SEM: Indeed a silver bullet. *Journal of Marketing Theory and Practice*, 19(2), 139–152.
<https://doi.org/10.2753/MTP1069-6679190202>

- Hasibuan b, c. B. (2023). Analisis Marketing Mix (7p) dan Perilaku Konsumen Terhadap Keputusan Kuliah di Universitas x. *Gema Ekonomi Jurnal Fakultas Ekonomi*, 12(6).
- Hastuti, f. T., Wulandari, s. A., Azis, a., Nurmalasari, n., & Hernando, h. (2023). Analisis Bauran Pemasaran yang Mempengaruhi Mahasiswa Memilih Program Studi: Studi Pada Program Studi Administrasi Bisnis Politeknik Negeri Madiun. *Jambura*, 6(1), 159-174. [Http://ejournal.ung.ac.id/index.php/jimb](http://ejournal.ung.ac.id/index.php/jimb)
- Kana, t. (2007). Pengaruh Kelompok Referrensi, Keluarga, dan Komunikasi Pemasaran Terhadap Keputusan Mahasiswa dalam Memilih Perguruan Tinggi Universitas Musamus Merauke. *Universitas Musamus Merauke*.
- Kana, t. (2007). Pengaruh Kelompok Referrensi, Keluarga, dan Komunikasi Pemasaran Terhadap Keputusan Mahasiswa Dalam Memilih Perguruan Tinggi Universitas Musamus Merauke. *Universitas Musamus Merauke*.
- Karamang, e. (2018). Pengaruh Brand Image dan Pricing Policy Terhadap Keputusan Pembelian Melalui Brand Trust. *Image : Jurnal Riset Manajemen*, 7(1), 23–28. <https://doi.org/10.17509/image.v7i1.23138>
- Mahendra Fakhri, Alini Gilang, n. R. (2017). Analisis Faktor Pembentuk Keputusan Pemilihan Perguruan Tinggi Swasta Universitas Telkom. *Jurnal Ekonomi, Bisnis, & Entrepreneur Ship*, 11(1), 1–12.
- Nizar, Depy, s. (2024). Pengaruh Persepsi Harga, Lokasi dan Kualitas Produk Terhadap Keputusan Pembelian. *Equilibrium: Jurnal Penelitian Pendidikan dan Ekonomi*, 2(01), 41–53. <https://doi.org/10.25134/equi.v18i1.3498>
- Philip Schmitt, Bernd Skiera (2011) *Referral and customer Value*, Journal of Marketing Vol 75, 2011
- Prihartini, e., & Abdullah, d. (2003). Analisis Faktor - Faktor yang Mempengaruhi Keputusan Kuliah di Perguruan Tinggi Swasta. *Reflats et Perspectives de la vie Economique*, 44(1), 93–105. <https://doi.org/10.3917/rpve.441.0093>

- Pujangga, D. S., & Gilang Saraswati, T. (n.d.). *PENGARUH PERSONAL SELLING TERHADAP MINAT BELI PADA SELEKSI MAHASISWA BARU UNIVERSITAS TELKOM THE INFLUENCE OF PERSONAL SELLING ON PURCHASE INTENTION IN TELKOM UNIVERSITY SELEKSI MAHASISWA BARU*.
- Renata, & Tobari. (2017). *Jmksp Strategi Promosi dalam Meningkatkan Jumlah Mahasiswa Pada Perguruan Tinggi* (vol. 2, issue 1).
- Sayekti, Lucas Gading Putra Ridwan, Fazarina Rizkiani Ria, Yecita Surveyandini, c. I. M. S. (2024). Pengaruh Bauran Pemasaran Terhadap Keputusan Mahasiswa Mengambil Studi di Fakultas Ekonomika dan Bisnis Universitas Wijayakusuma Purwokerto. *Jurnal Manajemen Business Innovation Conference mbic* 7(3025292), 318-330. <https://jurnal.untan.ac.id/index.php/mbic/index>
- Sumirat, P., Tinggi, S., Komunikasi, I., & Indonesia, P. (n.d.). *Pengaruh advertising, personal selling dan sales promotion terhadap keputusan mahasiswa memilih perguruan tinggi*. 3(2).
- Wang, X., & Yang, Z. (2010). The effect of brand credibility on consumers' brand purchase intention in emerging economies: The moderating role of brand awareness and brand image. *Journal of Global Marketing*, 23(3), 177–188. <https://doi.org/10.1080/08911762.2010.487419>
- Yasrul, a., & riril, m. (2020). Pengaruh Persepsi Siswa Tentang Brand Image Kampus, Kondisi Sosial Ekonomi Orang Tua dan Tingkat Kemampuan Akademik Siswa Terhadap Minat Melanjutkan ke Perguruan Tinggi. *Riset Pendidikan Ekonomi*, 3.
- Yuswanto, O. N., & Wulandari, A. (2019). PENGARUH PERSONAL SELLING DAN IKLAN TERHADAP PROSES KEPUTUSAN MAHASISWA MEMILIH TEMPAT KULIAH. *Jurnal Pengembangan Wiraswasta*, 21(3), 213. <https://doi.org/10.33370/jpw.v21i3.362>