

DAFTAR PUSTAKA

- Alfarizi, A., Alie, J., & Yustini, T. (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), Article 2. <https://doi.org/10.56910/jumbiwira.v1i2.60>
- Anggraeny, F. A., & Srihandayani, C. M. (2022). *Pengaruh Harga, Citra Merek, Dan Kualitas Produk Terhadap Loyalitas Pelanggan Semen Gresik (Studi Kasus Pada UD Bangunan Kita Surabaya)*. 3(3).
- Aswin, A., Pratisti, C., Institut Informatika dan Bisnis Darmajaya, Saputra, M., & Institut Informatika dan Bisnis Darmajaya. (2021). Analisis Brand Equity Perguruan Tinggi Swasta di Bandar Lampung. *GEMA : Jurnal Gentiaras Manajemen dan Akuntansi*, 13(2), 105–119. <https://doi.org/10.47768/gema.v13i2.237>
- Bani, B., & Susanto, D. (2019). *PENGARUH KOMUNIKASI PEMASARAN DAN MOTIVASI KONSUMEN TERHADAP KEPUTUSAN SISWA UNTUK KULIAH DI AKADEMI KOMUNITAS DHARMA BHAKTI BANGKA*. 5(1).
- Cholila, N. (2017). *ANALISIS FAKTOR-FAKTOR YANG MEMPENGARUHI KEPUTUSAN MAHASISWA DALAM MEMILIH UNIVERSITAS ISLAM RIAU SEBAGAI TEMPAT BELAJAR*.
- Dawati, F. (2020). *PENGARUH PERILAKU KONSUMEN TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN PRODUK PAKAIAN MUSLIM DI PASAR ACEH*.
- 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>
- Fadilah, P. N., Pudail, M., & Alfiyanto, A. N. (2023). Analysis of Consumer Behavior Factors in Purchasing Woven Bag Craft Products in the Perspective of Maqāṣid Al-Sharī'ah (Case Study of Presidio Village, Grabag District, Magelang Regency). *JESI (Jurnal Ekonomi Syariah Indonesia)*, 13(2), 287. [https://doi.org/10.21927/jesi.2023.13\(2\).287-300](https://doi.org/10.21927/jesi.2023.13(2).287-300)

- Hamsinah, H. (2022). The Influence of Brand Image, Promotion, Price, and Quality of Service on Study Decisions at Politeknik Sahid. *Jurnal Ilmiah Ilmu Administrasi Dan Manajemen*, 14(2), Article 2.
- Hendry, A. (2023). *STUDI MENGENAI PARETO CUSTOMER ORIENTATION TERHADAP KINERJA TENAGA PENJUAL PADA PT ASURANSI CENTRAL ASIA CABANG PONTIANAK*. 7(12).
- Husein, M. (2020). *PENGARUH PERILAKU KONSUMEN TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN MITRA IQRA' PLUS (ASURANSI PENDIDIKAN) PADA PT. ASURANSI JIWA SYARI'AH BUMIPUTERA, KANTOR PEMASARAN SYARI'AH MEDAN*.
- Khairani, Z., Soviyanti, E., & Kamilah, F. (2022). *PERIKLANAN MEDIA CETAK, DIGITAL MARKETING, KELOMPOK REFERENSI DAN PENGARUHNYA TERHADAP KEPUTUSAN MAHASISWA MEMILIH PERGURUAN TINGGI*. 19.
- Kwiatek, P., Morgan, Z., & Thanasi-Boçe, M. (2020). The role of relationship quality and loyalty programs in building customer loyalty. *Journal of Business & Industrial Marketing*, 35(11), 1645–1657. <https://doi.org/10.1108/JBIM-02-2019-0093>
- Mardani, A. D., Yani, A., & Napisah, S. (2020). PENGARUH LOKASI, HARGA DAN BRAND IMAGE TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN PERUMAHAN SUBSIDI KOTA PANGKALPINANG. *JEM Jurnal Ekonomi Dan Manajemen*, 6(1), Article 1.
- Mintarsih, C., & Sulistiono, S. (2020). Pengaruh Personal Selling Dan Event Marketing Terhadap Minat Studi Lanjut Siswa SLTA Pada IBI Kesatuan. *JAS-PT (Jurnal Analisis Sistem Pendidikan Tinggi Indonesia)*, 4(2), 125. <https://doi.org/10.36339/jaspt.v4i2.346>
- Mubarokah, V. S. (2021). *JURUSAN EKONOMI SYARIAH FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM INSTITUT AGAMA ISLAM NEGERI PURWOKERTO* 202.
- Mulyono, H. (2016.). *BRAND AWARENESS AND BRAND IMAGE OF DECISION MAKING ON UNIVERSITY*.
- Musfar, T. F. (2020). *Buku ajar: Manajemen pemasaran : bauran pemasaran sebagai materi pokok dalam manajemen pemasaran* (Bandung). Media Sains Indonesia. [//digilib.ukwk.ac.id%2Findex.php%3Fp%3Dshow_detail%26id%3D12117](https://digilib.ukwk.ac.id%2Findex.php%3Fp%3Dshow_detail%26id%3D12117)
- Nasution, L. S. (2020). *PENGARUH PERILAKU KONSUMEN TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN ASURANSI JIWA (STUDI KASUS PADA PT SUNLIFE FINANCIAL MEDAN)*.

- Pratama, A. R. (2022). *ANALISIS PERILAKU KONSUMEN TERHADAP PENGAMBILAN KEPUTUSAN PEMBELIAN OLAHAN KERIPIK TEMPE RINI SNACK DI KOTA DURI*.
- Qomusuddin, I. F., & Romlah, S. (2021). *PENGARUH CITRA PERGURUAN TINGGI TERHADAP KEPUTUSAN KULIAH MAHASISWA*.
- Rahardja, U., Hongsuchon, T., Hariguna, T., & Ruangkanjanases, A. (2021). Understanding Impact Sustainable Intention of S-Commerce Activities: The Role of Customer Experiences, Perceived Value, and Mediation of Relationship Quality. *Sustainability*, 13(20), 11492. <https://doi.org/10.3390/su132011492>
- Rufial, R. (2022). Pengaruh Citra Lembaga Biaya Dan Lokasi Pendidikan Terhadap Pengambilan Keputusan Masuk Perguruan Tinggi pada Mahasiswa Program Studi Manajemen S1—STIE Swasta Terakreditasi B LLDIKTI Wilayah III Di DKI Jakarta. *IKRAITH-EKONOMIKA*, 5(1), Article 1.
- Sari, P. P., & Furqany, S. (2022). KOMUNIKASI PEMASARAN USAHA MIKRO KECIL DAN MENENGAH (UMKM) KABUPATEN ACEH BESAR DI MASA PANDEMI COVID-19. *AT-TANZIR: JURNAL ILMIAH PRODI KOMUNIKASI PENYIARAN ISLAM*, 1–18. <https://doi.org/10.47498/tanzir.v13i1.897>
- Sembiring, E. F., & Sunargo, S. (2022). Pengaruh harga, promosi dan lokasi terhadap keputusan pembelian rumah KPR subsidi di PT Sinar Jaya Putra Kampar Batam. *Jurnal Paradigma Ekonomika*, 17(1), Article 1. <https://doi.org/10.22437/jpe.v17i1.16769>
- Sopian, A., Basuki, S. A. R., Noviadi, N., Sidiq, B., Anggoro, T., & Sapruwan, M. (2023). Pengaruh Relationship Quality dan Komunikasi Pemasaran yang Dimoderasi Prestise Terhadap Keputusan Mahasiswa Memilih Perguruan Tinggi: *JURNAL EMAS: Ekonomi Manajemen Akuntansi Kewirausahaan*, 3(1), Article 1.
- Sukoco, S. A. (2018). *New Komunikasi Pemasaran Teori dan Aplikasinya*. Pustaka Abadi.
- Tabroni, T., & Komarudin, M. (2021). PENGARUH PROMOSI DAN LOKASI TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN KREDIT RUMAH DI PT. HARI PELANGI PROPERTINDO. *Bussman Journal : Indonesian Journal of Business and Management*, 1(2), Article 2. <https://doi.org/10.53363/buss.v1i2.6>
- Wiadi, I., Kertamuda, F., & Azmy, A. (2022a). Effect Of Reference Group And Family Group Attitude Toward Establishment In Choosing A University. *Journal of Positive School Psychology*, 6(8), Article 8.

- Wiadi, I., Kertamuda, F., & Azmy, A. (2022b). Effect Of Reference Group And Family Group Attitude Toward Establishment In Choosing A University. *Journal of Positive School Psychology*, 6(8), Article 8.
- Wulandari. (2023). *View of Pengaruh Komunikasi Pemasaran Akun Instagram @temanbincang.id Terhadap Minat Followers dalam Menggunakan Layanan Kesehatan Mental*. <https://journal.unj.ac.id/unj/index.php/communicology/article/view/35634/15406>
- Yudiawan, A., & Suharmoko, S. (2020). Analisis Regresi Multivariate Principle Components Analys Dengan Ordinary Least Square untuk Mengukur Signifikansi faktor Keputusan Mahasiswa Memilih Pendidikan Tinggi Islam Negeri. *Al-Qisthu: Jurnal Kajian Ilmu-ilmu Hukum*, 17(2), 70. <https://doi.org/10.32694/010790>