

PENGARUH *RELATIONSHIP QUALITY*, *MARKETING COMMUNICATION*, *BRAND IMAGE*, *REFERENCE GROUP* DAN *LOCATION* TERHADAP KEPUTUSAN MAHASISWA MEMILIH PERGURUAN TINGGI SWASTA (PTS)

SKRIPSI



Disusun Oleh:

STEVANI FIFI

2012110062

**PROGRAM STUDI MANAJEMEN
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS
INSTITUT INFORMATIKA DAN BISNIS DARMAJAYA
BANDAR LAMPUNG**

2024