

### Daftar Pustaka

- Baskara, A dan Nila E. (2018). “Pengaruh Word Of Mouth (WOM) dan Brand Image Terhadap Keputusan Calon Mahasiswa Melanjutkan Studi di Perguruan Tinggi”. *Jurnal Pendidikan Ekonomi Akuntansi*, Vol. 6, No. 2.
- Alma, B. 2016 *Manajemen Pemasaran dan Pemasaran Jasa*. CV. Alfabeta. Bandung.
- Saifuddin, A. 2016. *Metode Penelitian*. Pustaka Pelajar. Yogyakarta.
- Balak, C. L. (2016) *Pengaruh Citra Perguruan Tinggi, Harga Dan Promosi Terhadap Keputusan Studi Mahasiswa Tanimbar Di Surabaya Dan Malang*. Artikel Ilmiah, Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi Perbanas Surabaya.
- Daryanto. 2011. *Manajemen Pemasaran*. PT Sarana Tutorial Nurani. Sejahtera. Bandung.
- Diyatma, J. A, 2017. “Pengaruh Promosi Melalui Media Sosial Instagram Terhadap Keputusan Pembelian Produk Saka Bistro Dan Bar”. *Jurnal e-Proceeding of Management* Vol.4, No.1.
- Ghozali, I. 2016. *Aplikasi Analisis Multivariete Dengan Program (IBM. SPSS). Edisi 8*. Badan Penerbit Universitas Diponegoro. Semarang.
- Hafilah, E. 2015, *Pengaruh Word of Mouth (WOM) Dan Citra Merek Terhadap Keputusan Mahasiswa Memilih Program Strata 1 (S-1) Di Universitas Islam Negeri Maulana Malik Ibrahim Malang*. Skripsi, Universitas Islam Negeri Maulana Malik Ibrahim Malang.
- Handayani, S. B. & Taufiq, M. (2017). *Analisa Keputusan Konsumen Warung Angkringan yang Dipengaruhi Lokasi, Fasilitas & Kualitas Pelayanan (Studi Kasus Pada Warga Kos di Kota Semarang)*. *Jurnal Ekonomi Manajemen Akuntansi*, 24(43).
- Hasan, A. (2010). *Marketing Dari Mulut ke Mulut (Word Of Mouth Marketing)*. Medpress. Yogyakarta.
- Hermawan, A. (2012). *Komunikasi Pemasaran*. Erlangga. Jakarta.
- Irfan, M dan Veronika, S. 2014. *Hubungan Self-Efficacy Dengan Penyesuaian Diri Terhadap Perguruan Tinggi Pada Mahasiswa Baru Fakultas Psikologi Universitas Airlangga*. Surabaya: *Jurnal Psikologi Pendidikan dan Perkembangan* Volume 3, No. 3.
- Kotler, P dan Garry A. 2016. *Prinsip - prinsip Pemasaran Edisi 13. Jilid 2*. Erlangga. Jakarta.
- Kotler, P dan Kevin L. K (2016). *Manajemen Pemasaran edisi 12 Jilid 1 & 2*. PT. Indeks. Jakarta.
- Kotler, P dan Kevin L. K, (2015), *Manajemen Pemasaran, Jilid 1, Edisi 13*. Erlangga. Jakarta
- Kurnianto, H. 2016. *Pengambilan Keputusan Mahasiswa Non Muslim Untuk Studi di Perguruan Tinggi Islam*. Naskah Publikasi, Fakultas Psikologi Universitas Muhammadiyah Surakarta.
- Lupiyoadi, R dan Hamdani, A. 2011. *Manajemen Pemasaran Jasa*. Salemba. Empat. Jakarta.
- Manap, A. 2016. *Revolusi Manajemen Pemasaran. Edisi Pertama*, Mitra. Wacana Media, Jakarta.

- Menik, W. 2016 *Pengaruh Brand Image Terhadap Proses Keputusan Pembelian Apple Iphone Pada Mahasiswa Administrasi Bsinis Politeknik Negeri Jakarta*, Jurnal Epigram, Vol 13, No. 1.
- Meriditha, A (2018) *Pengaruh Kualitas Produk, Harga Dan Word Of Mouth Terhadap Keputusan Pembelian Smartphone Samsung Pada Mahasiswa Stiesia Surabaya*. Undergraduate thesis, STIESIA Surabaya.
- Murtiningsih dan Haryanto, Budhi, 2018, *Pengaruh Desain Website Pada Niat Memilih Perguruan Tinggi Dimediasi Oleh Variabel Kepercayaan*. Jurnal Pendidikan Ekonomi: Jurnal Ilmiah Ilmu Pendidikan, Ilmu Ekonomi dan Ilmu Sosial, Volume 12 Nomor 1.
- Onigbinde, I. O. and Odunlami, S. A. (2015), “*The Influence of Brand Image and Promotional Mix on Consumer Buying Decision- A Study of Beverage Consumers in Lagos State, Nigeria*”, British Journal of Marketing Studies, Vol.3, No.4, pp.97-109.
- Priansa, D. J. 2017. *Komunikasi Pemasaran Terpadu*. CV. Pustaka Setia : Bandung.
- Rangkuti, F. 2009. *Strategi Promosi yang Kreatif dan Analisis. Kasus. Integrated Marketing Communication*. PT. Gramedia Pustaka Utama : Jakarta.
- Reni, H dan Brury, T. S (2014) *Pengaruh Brand Image, Lokasi, Dan Fasilitas Pendidikan Terhadap Keputusan Calon Mahasiswa Untuk Berkuliah Di Universitas Dan Akademi Sekretari Budi Luhur Tahun Akademik 2014/2015*, Jurnal Fakultas Ekonomi Universitas Budi Luhur.
- Riduwan, dan Engkos, A. K. 2017. *Cara Menggunakan dan Memakai. Path Analysis (Analisis Jalur)*. Alfabeta : Bandung.
- Sangadji, E.M., dan S. 2013. *Prilaku Konsumen: Pendekatan Praktis. Disertai: Himpunan Jurnal Penelitian*. Andi Offset, Yogyakarta.
- Sernovitz, A. (2014). *Word Of Mouth Marketing How Smart Companies Get People Talking*. America: Published by Greenleaf Book Group Press Austin.
- Setyaningrum, A. (2015). *Prinsip-Prinsip Pemasaran*. Andi Offset, Yogyakarta.
- Sugiyono. (2019). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif R&D*. Alfabeta Bandung.
- Sugiyono. 2015. *Metode Penelitian Kuantitatif. Kualitatif dan R&D*. Alfabeta Bandung.
- Sulistiana (2018), *Pengaruh Citra Merek dan Promosi Terhadap Keputusan Memilih Primagama (Studi pada Lembaga Bimbingan Belajar Primagama Raya Ijen Kota Mojokerto)*. Jurnal Pendidikan Tata Niaga (JPTN) Volume 06 Nomor 01 Tahun 2018 ISSN: 2337-6708.
- Suparyanto & Rosad. 2015. *Manajemen Pemasaran, In Media*, Yogyakarta.
- Suwarman, U. (2011). *Perilaku Konsumen Teori Dan Penerapannya Dalam Pemasaran*. Ghalia Indonesia. Jakarta.
- Tjiptono, F. 2014, *Pemasaran Jasa – Prinsip, Penerapan, dan Penelitian*, Andi Offset, Yogyakarta.
- Tjiptono, F. 2015. *Strategi Pemasaran*. Andi Offset, Yogyakarta.