

DAFTAR PUSTAKA

- Abdillah, Wahyu dan Andry Herawati. 2018. Pengaruh bauran Pemasaran (7p) Terhadap Pengambilan Keputusan Siswa Dalam Memilih Sekolah Berbasis Entrepreneur) Studi pada SMA Muhammadiyah 9 Surabaya). *Jurnal Ilmiah Administrasi Bisnis dan Inovasi*. Volume 2 No. 2
- Alimin, Erina dkk. 2022. *Manajemen Pemasaran (Kajian Pengantar di Era Bisnis Modern*. Lombok Barat: Seval Literindo Kreasi (Penerbit SEVAL).
- Anggoro, Daniel Aryasetya. 2021. Perancangan Motion Graphic Pada Feed Instagram Sebagai Upaya Meningkatkan Brand Image Bersama Nanas Media. *Skripsi*. Fakultas Desain dan Industri Kreatif Universitas Dinamika.
- Arifin, Zukhri Agusty Leo Syamsul, Ujang Sumarwan & Mukhamad Najib (2020) The Influence of Marketing Mix on Brand Image, Motivation and Students Decision to Choose Graduate Studies of IPB University. *Journal of Consumer Sciences*. Volume 05.
- Arti, Seni, Zulkifli Musannip, Efendi Siregar & Junita Lubis. 2021. The Effect of Promotion, Price and Brand Image on the Decision to Choose a Computer Course Institution at Fiara Computer LPK in Selat Besar Village. *BIRCI-Journal*.
- Basyouni, Sara (2019). Educational Marketing Mix and Student Satisfaction in Private Universities in Dubai. *European Journal of Business and Management* Volume 11, No 24.
- Buchari, Alma. 2021. *Manajemen Pemasaran dan Pemasaran Jasa*. Bandung: Alfabeta.
- Dharmawan, I Putu Gede Adi dan Putu Nina Madiawati. 2019. Pengaruh Bauran Pemasaran Terhadap Keputusan mahasiswa dalam Memilih Program Studi yang Ada di Fakultas Komunikasi dan Bisnis Universitas Telkom. *E-Proceeding of Management*, Volume 6.
- Dhevi, Luthfika. 2018. Pengaruh Bauran Pemasaran dan Brand Image Terhadap Keputusan Siswa Memilih Sekolah Islam Swasta (Studi Kasus Madrasah Aliyah 1 Annuqayah Putri-Guluk Kabupaten Sumenep. *Skripsi*. Malang: Universitas Islam Negeri Maulana Malik Ibrahim.

- Donkor, Linda Anane dan De-Graft Johnson Dei. 2021. Marketing Mix and Students' Enrolment in Institutions of Higher Learning. *Journal of Management and Business Education* Volume 4 Num 2 150-164.
- Fatchiyah, Alifatul dan Rita Ambarwati Sukmono. 2021. The Effect of Experimental Marketing and Brand Image on Purchase Decisions Through Word of Mouth as Intervening Variables. *Indonesian Journal of Innovation Studies* Volume 18. DOI: 10.2107
- Fradani, Ayis Crusman & Rika Pristian Fitri Astuti. 2017. Analisis Pengaruh bauran Pemasaran Terhadap Keputusan Mahasiswa dalam Memilih Perguruan Tinggi Swasta (Studi pada IKIP PGRI Bojonegoro). *Jurnal Gici*, Volume 8.
- Gazali, Sani. 2017. Analisis Pengaruh Bauran Pemasaran Jasa Terhadap Keputusan Mahasiswa Dalam Memilih Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi Madani Balikpapan. *Jurnal Akuntansi Manajemen Madani*, Volume 1.
- Hukama, La Diadhan & Zainal Zawir Simon. 2018. Pengaruh Bauran Pemasaran Terhadap Keputusan Mahasiswa Memilih fakultas Ekonomi Universitas Yarsi. *Jurnal Ilmiah FE-UMM*, Volume 12.
- Jutisa, Diccit Darohma, Joko Widodo, Sri Wahyuni. 2018. Pengaruh Bauran Pemasaran Terhadap Pengambilan Keputusan Menggunakan Jasa Bimbingan Belajar Primagama. *Jurnal Pendidikan Ekonomi: Jurnal Ilmiah Pendidikan, Ilmu Ekonomi, dan Ilmu Sosial*. Volume 12 Nomor 2.
- Kurnia, Efry, & Novi Aisha. 2018. Analisis Brand Strategy pada Perguruan Tinggi Swasta Islam di Kota Medan, *Jurnal Manajemen dan Keuangan*, Vol 7.
- Kurniawati, Endang & Mohklas. 2018. Analisis Pengaruh Marketing Mix Terhadap Keputusan Pemilihan PTS yang Dimediasi Variabel Brand Image. *Jurnal Ilmiah Ekonomi*.
- Kusumawati, Andriani. 2019. Impact of Digital Marketing on Students Decision-Making Process of higher Education Insitution: A Case of Indonesia. *IBIMA Publishing*. Volume 2019.
- Kotler, Philip dan Gary Armstrong. 2019a. *Prinsip-Prinsip Pemasaran*. Erlangga, Jakarta.

- Kotler, Philip dan Levin Lane Keller. 2019b. *Marketing Management*, Pearson Education Limited, England.
- Lovelock, C., Wirtz. 2004. *Service Marketing (4th Edition)*. UK: Pearson.
- Firmansyah, M Anang. 2019. *Pemasaran Produk dan Merek*, Qiara Media, Indonesia.
- Firmansyah, M Anang. 2019. *Perilaku Konsumen (Sikap dan Pemasaran)*, Qiara Media Indonesia.
- Firnanda, Jason Augustian. 2020. Analisis Pengaruh bauran Promosi dan Citra Merek Terhadap Keputusan Siswa Melanjutkan Studi di STP Trisakti (studi pada Mahasiswa STP Trisakti Angkatan 2017-2019). *Tesis*. Sekolah Tinggi Pariwisata Trisakti.
- Martana, I Ketut dan Dina Andriana. 2019. *Strategi Bauran Pemasaran Terhadap Keputusan Mahasiswa dalam Memilih Program Studi*. Cakrawala-Jurnal Humaniora, Vol 19 No. 1.
- McCarthy J.,W.D.Perreault, Jr. 2004. *Basic Marketing (5th Edition)*. Burr Ridge, IL. Irwin.
- Mulyani, Heny, Heri Khorudin dan Marwah Hasanah. 2022. Pengaruh bauran Pemasaran Terhadap Keputusan Siswa Bersekolah di Sekolah Islam Terpadu. *Jurnal Islamic Education Manajemen*.
- Munarsih, Mada Faisla Akbar dan Agus Sudarsono. 2020. Pengaruh Promosi Terhadap Keputusan Memilih Sekolah Pada Orang tua siswa SDIT Bina Cendekia-Depok. *Jurnal Ekonomi Kreatif*.
- Murti, Tri Kresna. 2019. Pengaruh Brand Image, Promosi dan Biaya Pendidikan Terhadap Keputusan Mahasiswa Melanjutkan Studi Pada Program Studi Pendidikan Ekonomi. *Jurnal Ilmiah Pendidikan Ekonomi Fakultas Keguruan dan Ilmu Pendidikan, Volume 7, No. 2*
- Musfar, Tengku Firli. 2020. *Buku Ajaran Manajemen Pemasaran Bauran Pemasaran Sebagai Materi Pokok dalam Manajemen Pemasaran*. Media Sains Indonesia. Bandung.

- Obydat, M. I. 2004. *Consumer Behaviour, Behavioral Entrance (Fourth Edition)*. Wael Foundation for Copying, Amman, Jordan.
- Pamulang, Lia. 2017. Analisis Pengaruh Citra Merek, Lokasi dan Kualitas pelayanan Terhadap Keputusan Pemilihan Kursus Bahasa Inggris. *Skripsi*. Universitas Islam Negeri Syarif Hidayatullah.
- Paramita, Rita. 2019. Pengaruh Bauran Pemasaran Terhadap Keputusan Mahasiswa Memilih Program Studi Ekonomi syariah Universitas Islam Negeri Raden Intan Lampung (Studi Pada Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam Universitas Islam Negeri Raden Intan Lampung). *Skripsi*. Universitas Islam Negeri Raden Intan Lampung.
- Peraturan Menteri Tenaga Kerja Dan Transmigrasi Republik Indonesia Nomor 8 Tahun 2014 Tentang Pedoman Penyelenggaraan Pelatihan Berbasis Kompetensi. Jakarta.
- Perkasa, Didin Hikmah dan Wawan bangun Tegar Sunaryo Putra. 2020. Peran Kualitas Pendidikan, Biaya Pendidikan, Lokasi dan Citra Merek Dalam Mempengaruhi Minat Siswa Memilih Perguruan Tinggi XYZ. *Palembang. Prosiding Seminar Nasional Pendidikan Program Pascasarjana Universitas PGRI*.
- Peter. J. P., Olson, J. C. 2010. *Consumer Behaviour and Marketing Strategy*, 9th Edition. Mcgraw Hill higher Education.
- Prasetyo, Bambang D dan Nufian S. Febriani. 2020. *Strategi Branding, Teori dan Perspektif Komunikasi dalam Bisnis*. Malang: UB Press.
- Presiden Republik Indonesia Undang-Undang Republik Indonesia Nomor 19 Tahun 1992 Tentang Merek.
- Rahayu, Sri Naning. 2021. Pengaruh Bauran Pemasaran Terhadap Keputusan Siswa Memilih Sekolah SMA Negeri 1 Pulung. *Tesis*. Institut Agama Islam Negeri (IAIN) Ponorogo.
- Raji, R.A., Rashid, S., Ishak,.S. 2019. The Mediating Effect on Brand Image on the Relationship Between Social Media Advertising Content, Sales Promotion Content and Behavioral Intention. *Journal of Research in Interactive Marketing*. Volume 13 No.3.

- Rangkuni, Freddy. 2008. *The power of Brands*. Jakarta: erlangga.
- Richardo, Madya Datuk Dr Muhammad Hussin, dkk. 2020. A Student Loyalty Model: Promotion, Products and Registration Decision Analysis-Case Study of Griya English Fun Learning at the Tutoring Institute in Wonosobo Central Java. *International Journal of Innovation, Creativity and Change*, Volume 2.
- Rohani, Andika, Lucy Nancy Simatupang, GL. Hery Prasetya. 2022. Analisis Promosi dari Mulut ke Mulut, Citra Merek dan Kualitas Jasa Pengaruhnya Terhadap Keputusan Memilih Pelatihan Prakerja di Pintara. *Jurnal Manajemen USNI*, Volume 6.
- Rosmaniar, Asyidatur. 2019. Pengaruh Bauran Pemasaran Jasa Terhadap Keputusan Siswa Memilih Sekolah Menengah Kejuruan Swasta di Surabaya. *Jurnal Ekonomi dan Manajemen*. 22-23.
- Schiffman, Leon. G dan Leslie Lazar Kanuk.2007. *Consumer Behaviour*, 9th ed. Prentice-Hall International, Inc., London
- Semaun, Syahriyah. 2019. Determinan Bauran Pemasaran Jasa Terhadap Keputusan Mahasiswa Memilih Perguruan Tinggi Negeri. *Jurnal Balanca*, Volume 1 No. 1.
- Sugiyono, 2019. *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif dan R&D*. Bandung: Alfabet.
- Sulaiman, Nor Azlin dan Haryani Harun. 2021. The Role of Service Marketing Mix in Assessing youths' Decision-Making Styles. *International Journal of Innovation, Creativity and Change*, Vol 15.
- Sulistiana, Yusi. 2018. Pengaruh Citra Merek dan Promosi Terhadap Keputusan Memilih Primagama (Studi pada Lembaga Bimbingan Primagama Raya Ijen Kota Mojokerto. *Jurnal Pendidikan Tata Niaga (JPTN)*. Volume 06 No 01.
- Sunarini, Ni Nyoman. 2017. Marketing Mix dan Akreditasi Terhadap keputusan Memilih dengan Brand Image Sebagai Variabel Intervening. *Jurnal Ilmu Manajemen dan Bisnis*. Volume 2 No.2.
- Sunyoto, Danang. 2014. *Dasar-Dasar Manajemen Pemasaran*. Yogyakarta: CAPS (Center of Academic Publishing Service).

- Sunyoto, Danang dan Fathonah Eka Susanti. 2015. *Manajemen Pemasaran Jasa*. Yogyakarta: CAPS (Center of Academic Publishing Service).
- Suryani, A.N. 2018. Pengaruh Brand Image dan Biaya Pendidikan Terhadap Keputusan Mahasiswa Dalam Memilih Program Studi manajemen di STIE Rahmadiyah Sekayu (Studi kasus Mahasiswa Program Studi Manajemen Angkatan 2013/2014). *Jurnal Manajemen Kompeten*. Volume 1 No. 1
- Syamsuddinnor, Analisis Pengaruh Marketing Mix dan Citra Perguruan Tinggi Terhadap Citra Perguruan Tinggi Terhadap Kepuasan Mahasiswa STIMI Banjarmasin. *Business Innovation and Entrepreneurship Journal*. Volume.3.
- Syam, Marleny, Baby Karnia Fawzeeya Sembiring & Linda Trimurti Maas. 2019. The Analysis of Marketing Mix Strategy Effect on Students Decision to choose Faculty Economics and Business of Universitas Dharmawangsa Medan. *International Journal of Multicultural and Multireligious Understanding*. Volume 6.
- Tjiptono, Fandy. 2019. *Strategi Pemasaran*. Yogyakarta: Andi.
- Undang-Undang Republik Indonesia Nomor 13 Tahun 2003 Tentang Ketenagakerjaan
- Yosepha, Sri Yanthy & Bilal Saratoga. 2018. Pengaruh Brand Image dan Kualitas Flight Instructor Terhadap Keputusan Siswa Memilih Sekolah Penerbangan Deraya Flying School. *Mabiska Journal*. Volume 3.
- Yazid. 2003. *Pemasaran Jasa: Konsep dan Implementasi*. Edisi Kedua. Yogyakarta: Ekonisia Fakultas Ekonomi UII.
- Yuniarsih, Arlini, Lukmanul Hakim dan Yandri Sudodo. 2018. Analisis Pengaruh Bauran Pemasaran Jasa Terhadap Keputusan Siswa Memilih SMK Negeri 1 Sumbawa Besar (Studi Kasus Angkatan 2017/2018). *Jurnal Ekonomi dan Bisnis*. Volume 3 No.2.